



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 4'2020

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

<https://doi.org/10.37634/efp.2020.4>

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних і юридичних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. № 1328 (економічні науки). Наказ Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2016 р. № 820 (юридичні науки). Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Рішення Аудиторської палати України від 21.12.2017 № 353/10 (фахове видання з обліку та аудиту).

Журналу присвоєно міжнародний ідентифікаційний номер ISSN 2409-1944 та включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus.

Префікс doi журналу: 10.37634/efp.

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії

внутрішніх справ України (Протокол № 5 від 12 березня 2020 р.). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 17.04.2020

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

Е-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua



Суб'єкт видавничої справи

© "Аналітик", 2020
© "Економіка. Фінанси. Право",
2020

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ECONOMICS FINANCES LAW

MONTHLY INFORMATIONAL AND ANALYTICAL JOURNAL

№ 4'2020

(issued from 1994)

ISSN 2409-1944

<https://doi.org/10.37634/efp.2020.4>

Journal is included in the list of scientific professional editions of Ukraine, which can be published results of dissertations for the degree of doctor and candidate (PhD).

Order of Ministry of Education and Science of Ukraine of 21 December 2015 № 1328 (economic sciences). Order of Ministry of Education and Science of Ukraine on July 11, 2016 № 820 (legal sciences). Order of Audit Chamber of Ukraine on 21 December 2017 № 353/10 (accounting and audit).

Certificate of registration of a series of KV № 21620-11520PR dated October 12 2015.

Journal is awarded the international identification number ISSN 2409-1944 and included in the international Scientometrics base Index Copernicus.

Journal's doi: 10.37634/efp.

Founders:

Audit firm "Analytik" jointly with the National Academy of Internal Affairs of Ukraine

Articles must pass

selection, internal and external review

Recommended for publication and dissemination through the Internet by the Academic Council of the National Academy of Internal Affairs of Ukraine (Protocol № 5 dated March 12, 2020). Full or partial reprint of the

materials of the journal is allowed only with the consent of the editorial office.

The authors are responsible for the selection and presentation of the facts. The content and authenticity of the advertisement is the responsibility of the advertiser.

Signed for print 17.04.2020

Format 60/84/8

Publication – 250 copies

Address of the editorial office: 01001, Kyiv,

Khreshchatyk str., 44

Phones: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Fax: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Web: www.efp.in.ua



*The subject of
publishing*

© "Analytik", 2020
© "Economics. Finances. Law",
2020

Typography: LLC "International Business
Center"

Головний редактор

Левченко Валентина Петрівна, д.е.н., член Ради нагляду за аудиторською діяльністю Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю, директор ВПГО «Спілка аудиторів України»

Члени редакційної колегії з економічних наук:

Бойко Антон Олександрович, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики, Сумський державний університет

Величко Олена Георгіївна, радник першого віце-прем'єра міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України

Вережубова Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, Білоруський державний економічний університет

Герасимович Анатолій Михайлович, д.е.н., професор, Ніжинський агротехнічний інститут Національного університету біоресурсів і природокористування

Головач Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, головний науковий співробітник Наукової лабораторії з проблем кримінальної поліції (навчально-наукового інституту № 1 Національної академії внутрішніх справ, м. Київ

Евангелос Сіскос, д.е.н., професор, Університет Західної Македонії

Криштопа Ірина Ігорівна, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, вчений секретар Державного підприємства «Науково-дослідний і проектний інститут містобудування»

Полякова Євгенія Сергіївна, к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи, проректор з науково-педагогічної роботи (навчальний процес) Вищого навчального закладу «Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»

Потишняк Олена Миколаївна, д.е.н., доцент, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Ткаченко Сергій Анатолійович, д.е.н., доцент, ректор Вищого навчального закладу «Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»

Тринчук Віктор Вікторович, к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій

Чижевська Людмила Віталіївна, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і аудиту Державного університету «Житомирська політехніка», академік Академії економічних наук України

Члени редакційної колегії з правових наук:

Балгімбекова Гульнара, к.ю.н., завідувач кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет ім. Е.А. Букетова

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління ПрАТ «Аудиторська фірма "Аналітик"», Заслужений юрист України

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри оперативно-розшукової діяльності Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України, полковник поліції

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., проф., заслужений юрист України, академік Міжнародної академії безпеки та конфліктології

Константинов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративної діяльності НАВС

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік Національної академії правових наук України

Мусін Куат Саніязданович, к.ю.н., старший викладач кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет ім. Е.А. Букетова

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., професор, професор кафедри цивільного та кримінального права і процесу Чорноморського національного університету імені Петра Могили, академік Національної академії наук вищої освіти України

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного права та соціально-гуманітарних дисциплін, Інститут права та суспільних відносин Університету "Україна". Заслужений юрист України.

Яровий Анатолій Олександрович, к.ю.н., доцент, професор кафедри права та адміністративного регулювання Маріупольського державного університету, суддя у відставці

Технічний редактор: Куцяк Олександр Анатолійович

Випусковий редактор: Туманян Анна Оганесівна

Editor-in-chief

Levchenko Valentyna Petrivna, Dr. Economics, member of the Supervisory Board for audit activity of the Authority public oversight for audit activity, Director of the All-Ukrainian Professional Non-Governmental Organization "Union of Auditors of Ukraine"

Members of the editorial board of Economic Sciences:

Boiko Anton Oleksandrovysh, PhD Economics, Associate Professor of Economic Cybernetics Department, Sumy State University

Velychko Olena Heorhiivna, Advisor to the First Vice Prime Minister of Ukraine - Minister of Economic Development and Trade of Ukraine

Verezubova Tatyana Anatolevna, Dr. Economics, Professor, Head of the Department of Finances, Belarusian State Economic University

Evangelos Siskos, Dr. Economics, Professor, University of Western Macedonia

Herasymovych Anatolii Mykhailovych, Dr. Economics, Professor, Nizhyn Agrotechnical Institute of National University of Bioresources and Nature Management

Holovach Tetiana Anatoliivna, Dr. Economics, Professor, Chief Scientist of the Scientific Laboratory for Criminal Police of the Educational and Scientific Institute № 1 of the National Academy of Internal Affairs, Kyiv

Kryshchopa Iryna Ihorivna, Dr. Economics, Professor, Professor of Accounting and Taxation Department, Kyiv National Economic University after Vadym Hetman

Mantsevych Yurii Mykolaiovych, Dr. Economics, Associate Professor, Scientific Secretary of the State Enterprise "Research and Design Institute of Urban Development"

Poliakova Yevheniia Serhiivna, PhD Economics, Associate Professor of Finances and Banking Department, vice-rector for scientific and pedagogical work, Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"»

Potyshniak Olena Mykolaivna, Dr. Economics, Associate Professor, Professor of the Production, Business and Management Department of the Kharkiv National Technical University of Agriculture after Petro Vasylenko

Prushkivskiy Volodymyr Hennadiiovych, Dr. Economics, Professor, First Vice-Rector of the Zaporizhia National Technical University

Tkachenko Serhii Anatoliiovych, Dr. Economics, Associate Professor, Rector of the Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"»

Trynchuk Viktor Viktorovych, PhD Economics, Associate Professor of tourism and hotel business department, National University of Food Technology

Chyzhevska Liudmyla Vitaliivna, Dr. Economics, Professor, Professor of the Production, Professor of Accounting and Auditing Department, State University "Zhytomyr Polytechnic", Academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine

Members of the editorial board of Law Sciences:

Balгимбекова Gulnara, PhD Law, Head of the constitutional and international law department, Karagandy State University after E.A. Buketov.

Holovach Volodymyr Volodymyrovych, PhD Law, Head of the Board of the Audit Firm "Analitik", Honored Lawyer of Ukraine

Konstantinov Serhii Fedorovych, Dr. Law, Professor, Head of the Administrative Activity Department of the National Academy of Internal Affairs

Vasylynychuk Viktor Ivanovych, Dr. Law, Professor, Professor of the Operational and Investigating Department of the National Academy of Internal Affairs, Honored Lawyer of Ukraine, Colonel of the Police

Hlushkov Valerii Oleksandrovysh, Dr. Law, Professor, Honored Lawyer of Ukraine, Academician of the International Security and Conflict Academy

Luts Volodymyr Vasylovych, Dr. Law, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Academician of National Academy of Law Sciences of Ukraine

Musin Kuat Saniiyazdanovych, PhD Law, Senior Lecturer of the constitutional and international law department, Karagandy State University after E.A. Buketov.

Ozerskyi Ihor Volodymyrovych, Dr. Law, Professor, Professor of the Civil and Criminal Law and Process Department of Black Sea National University after Petro Mohyla, Academician of the National Academy of Sciences of Higher Education of Ukraine

Frytskiy Yurii Olehovych, Dr. Law, Professor, Head of the Constitutional, Administrative Law and Social and Humanitarian disciplines Department, Law and Public Relations Institute of the "Ukraine" University, Honored Lawyer of Ukraine

Yaroyvi Anatolii Oleksandrovysh, PhD Law, Professor of Law and Administrative Regulation Department, Mariupol State University, retired judge

Technical editor: Kutsiak Oleksandr Anatoliiovych

Issue Editor: Tumanian Anna Ohanesivna

ЗМІСТ

<i>Т.Б. ГОРОДЕЦЬКА, А.Г. ІВАЩЕНКО.</i> Інноваційне оновлення транспортно-експедиторської діяльності підприємства	6
<i>О.М. ЛУК'ЯНЧУК, Д.В. ВОЛКОВА.</i> Особливості використання методів ефективної оцінки конкурентоспроможності підприємства	13
<i>І.Ю. ТУР.</i> Вартість здобуття вищої освіти в економіці освіти	18
<i>К.Ю. ЗАВРАЖНИЙ.</i> Удосконалення класифікації комунікаційних бізнес-процесів промислових підприємств	22
<i>О.М. БОНДАРЕНКО, І.І. МАСЮК.</i> Шляхи вдосконалення мінімізації дебіторської і кредиторської заборгованості та управління ними	26
<i>Г.В. БУЛКОТ, Л.С. ІВАНОВА.</i> Особливості обліку та аналізу кредиторської заборгованості за розрахунками з постачальниками та підрядниками на підприємствах, установах, організаціях України	30
<i>С.О. ФАІЗОВА, О.Л. ФАІЗОВА, В.І. ГУЦАЛОВА.</i> Позитивний імідж, як ключовий фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства	36

CONTENTS

<i>T.B. HORODETSKA, A.H. IVASHCHENKO.</i> Innovative marketing in the strategic management of an industrial enterprise	6
<i>O.M. LUKIANCHUK, D.V. VOLKOVA.</i> Features of application of efficient competitiveness assessment of enterprise	13
<i>I.Y. TUR.</i> Tuition in the economy of education	18
<i>K.Y. ZAVRAZHNYI.</i> Improvement of classification of communication business processes of industrial enterprises	22
<i>O.M. BONDARENKO, I.I. MASIUK.</i> Ways to improve minimization of receivables and payments and management by them	26
<i>H.V. BULKOT, L.S. IVANOVA.</i> Features of accounting and analysis of accounts payable with suppliers and contractors at enterprises, institutions, organizations of Ukraine	30
<i>S.O. FAIZOVA, O.L. FAIZOVA, V.I. HUTSALOVA.</i> Positive image as a key factor of increasing the enterprise's competitiveness	36

ГОРОДЕЦЬКА
Тетяна Борисівна
gorodetskaya85@gmail.com

УДК 330.341.1

ІВАЩЕНКО
Алла Григорівна

**ІННОВАЦІЙНЕ ОНОВЛЕННЯ
ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**INNOVATIVE MARKETING IN THE
STRATEGIC MANAGEMENT OF AN
INDUSTRIAL ENTERPRISE**

к.е.н., доцент кафедри,
Одеський національний
політехнічний університет

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.4.1>

к.е.н., доцент кафедри,
Одеський національний
політехнічний університет

HORODETSKA Tetiana Borysivna – PhD in Economics, Associate Professor of department, Odesa National Polytechnic University

IVASHCHENKO Alla Hryhorivna – PhD in Economics, Associate Professor of department, Odesa National Polytechnic University

У статті запропоновано методичний підхід, який визначає економічну результативність оптимізаційної процедури. Вона виражається через транспортний вииграш – потенційне зменшення маршруту перевезення продукції в порівнянні з початковою схемою транспортування. Запропоновано структурно-логічну схему процесу вибору ресурсозберігаючої технології в організації перевезень вантажів дрібними партіями у міському сполученні для м'ясопереробного підприємства. Такий механізм забезпечить виконання ключових правил логістики та сприятиме у подальшому нарощуванню власного автотранспортного парку.

* * *

В статье предложен методический подход, который определяет экономическую результативность оптимизационной процедуры. Она выражается через транспортный выигрыш - потенциальное уменьшения маршрута перевозки продукции по сравнению с начальной схеме транспортировки. Предложена структурно-логическая схема процесса выбора ресурсосберегающей технологии при организации перевозок грузов мелкими партиями в городском сообщении для мясоперерабатывающего предприятия. Такой механизм обеспечит выполнение ключевых правил логистики и способствовать, в дальнейшем, наращиванию собственного автотранспортного парка.

* * *

The article proposes a methodical approach that determines the economic efficiency of the optimization procedure. It is expressed through transport gain - a potential reduction in the route of transportation of products compared to the initial transport scheme. The main task of logistics solutions in the freight forwarding system is to ensure the efficiency and flexibility of the vehicle management system. At the same time, the interaction of management bodies from the beginning of creation of the goods to the moment of unloading to its customer must be established. In order to achieve the goal of transport logistics - to fulfill deliveries on the specified conditions in the appropriate quantity, quality and within the stated time, it is necessary to dwell on the issues of operational management of transport and logistics activities. In the course of scientific research it was determined that in modern conditions the productivity of the production enterprise is largely influenced by transport costs. Therefore, there is a need to optimize traffic flows. The structural-logical scheme of choosing the resource-saving technology for the organization of cargo transportation in small lots in the city connection for the meat processing enterprise is proposed. Such a mechanism will ensure compliance with the key rules of logistics and further enhance its own fleet of vehicles.

Ключові слова: транспорт, транспортно-експедиторська діяльність, оптимізація логістичної діяльності, розподільчий центр

Ключевые слова: транспорт, транспортно-экспедиторская деятельность, оптимизация логистической деятельности, распределительный центр

Keywords: transport, freight forwarding activities, optimization of logistic activity, distribution center

ВСТУП

За умов постійного розвитку логістичних процесів та появи принципово нових систем управління ними, все більшої актуальності набуває пошук шляхів та можливостей підвищення конкурентних позицій підприємства саме за рахунок вдосконалення транспортно-експедиторської діяльності. Особливо гостро така потреба відчувається в м'ясопереробній галузі, де від швидкості та якості транспортування залежить якість та безпечність кінцевого продукту. Актуальним дане дослідження робить й те, що у більшості підприємства даної галузі мають не лише застаріле обладнання, але й майже зношений автомобільний парк. А за умов розвитку ринку логістичних послуг та зокрема у сфері автомобільних вантажоперевезень, доцільно зважити

всі за та проти у прийнятті рішення у користуванні послугами транспортно-експедиторських компаній.

Дослідженню питань пов'язаних із транспортною логістикою та транспортно-експедиторськими послугами зокрема, присвятили свої праці такі відомі науковці як: О. Бакаєв, В. Сергеев, В. Назаренко, Ю. Неруш, Д. Ніколаєв, О. Проценко. Окремі питання стосовно оптимізації роботи транспортно-експедиторського комплексу відображено у працях: М. Котлубая, Л. Сотниченко, Ю. Цветова, О. Корнієцького та інших.

МЕТОЮ дослідження є визначення теоретико-методичних підходів до організацій транспортно-експедиторської діяльності м'ясопереробного підприємства і визначення шляхів її удосконалення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Процес транспортно-експедиторського обслуговування високого рівня ґрунтується в даний час на створенні і використанні логістичних транспортно-розподільних кіл, які створюються між виробниками

продукції, експедиторами і торговельними організаціями.

Основою ефективності управління транспортно-логістичної системи виступає налагодженість та гнучкість ряду властивостей, що характеризує взаємозв'язок з навколишнім середовищем, (рис. 1) [21, с. 68].

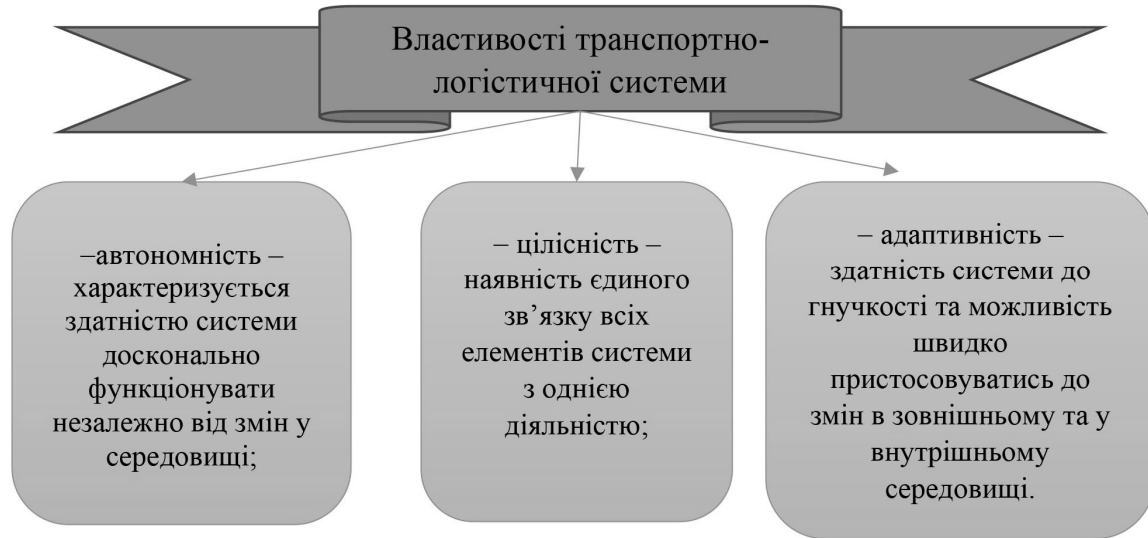


Рис. 1. Властивості транспортно-логістичної системи

Логістична транспортно-експедиторська система це самодостатня структура, діяльність якої направлена на забезпечення процесу доставки вантажу із урахуванням питань безпеки та схоронності товару за умовами передбаченими в транспортному договорі, якщо такий присутній або прописані у послугах компанії, що надає такі операції. Для ефективної роботи транспортно-експедиторська система має постійно вдосконалювати управління поточними процесами та вмійти швидко оптимізувати витрати на транспортні операції.

Особливими рисами транспортних систем порівняно з логістичною є наступні ознаки [1, с. 69]: наявність прямого зв'язку з навколишнім середовищем; наявність єдиного управлінського центру; впорядкованість елементів системи; гнучкість системи; обов'язкова присутність єдиної інформаційної системи, яка зв'язана внутрішніми мережами та має вихід на зовнішнє середовище; обмеженість каналів зв'язків; єдність та ціленаправленість системи.

Отже, логістичні транспортно-експедиційні системи – це форма організації транспортного процесу, що дозволяє ефективно обслуговувати потреби виробництва. Транспортні системи можуть мати місцеве, регіональне, державне значення, а можуть обслуговувати міждержавні торговельні та виробничі зв'язки, і, отже, завдання, які повинні вирішуватися органами управління, визначаються специфікою транспортної системи.

Основною задачею логістичних рішень у транспортно-експедиторській системі є забезпечення оперативності та гнучкості системи управління транспортними засобами. Водночас має бути налагоджена взаємодія органів управління від початку створення товару до моменту розвантаження його замовнику. Для досягнення мети транспортної логістики – виконання поставок на зазначених умовах у відповідній кількості, потрібній якості та у заявлені строки, необ-

хідно зупинитись на питанні оперативного управління транспортно-логістичною діяльністю [3].

Важливу роль в оцінці транспортно-експедиційних послуг відіграє оцінка якості транспортування, сюди можна віднести наступні показники: ступінь задоволення потреб народного господарства у перевезенні вантажів; швидкість доставки вантажів; ритмічність обслуговування замовників; комплексність виконання транспортно-експедиційних послуг; ступінь збереження вантажів під час їхнього транспортування; рівень культури обслуговування клієнтів [2].

Регулювання діяльності у сфері транспортно-експедиторських послуг здійснюється на основі Закону України «Про транспортно-експедиторську діяльність» від 1 липня 2004 р. № 1955-IV [4].

У ході вивчення теоретичних засад на основі аналізу публікацій провідних науковців, виявлено наступне. Важливу роль в управлінні транспортно-експедиторською діяльністю відіграє організація технічних зв'язків із компаніями та підприємствами, які надають частковий або повний спектр послуг у транспортно-експедиторській діяльності. Бувають випадки, що для підприємства вигідніше найняти компанію для виконання основних функцій даної діяльності, або ж віддати на аутсорсинг частину власного автопарку. Дані рішення приймаються після оцінки ефективності роботи транспортного відділу і включають в себе низку показників для вибору стороннього перевізника.

Велику роль в умовах ринкової економіки відводиться саме на процес систематизації транспортно-експедиторської діяльності і на створення стійкої інформаційної підтримки роботи цього процесу, що повинен функціонувати як і для зовнішніх торговельних зв'язків так і для внутрішньо-торгівельної площадки України.

На даний час в Україні найбільшу частку вантажів (близько 65 %) переміщує залізничний транспорт. Однак реальні показники не відповідають даним офі-

ційної статистики, через те, що реальні показники перевезень автомобільним вантажним транспортом у разі перевищують офіційні дані і не включають деякі ключові дані про перевезення.

Вантажні перевезення тентовими автомобілями вигідні для різного виду і розмірів бізнесу, оскільки доставка вантажу часто відбувається за схемою: «завод-склад», «склад-склад» або «склад-магазин». Такі перевезення не вимагають додаткових витрат на транспортування від місця прибуття вантажу, порту або ЖД станції до кінцевого пункту доставки [5].

Згідно з думками аналітиків ринок вантажоперевезень України має високі темпи розвитку [6]. Економіка країни, і зокрема її промисловий сектор, повністю залежить від розвитку галузі вантажоперевезень, а у складній економічній системі, як в організмі людини, все взаємопов'язане, від успіху однієї галузі залежить ефективність інших галузей виробництва, розвиток і зміцнення міжнародних відносин.

Ринок автотранспортних послуг в Україні пред-

ставлений більш ніж 126,6 тис. перевізниками, що використовують понад 400 тис. транспортних засобів. А саме близько 62,4 тис. – займаються вантажоперевозками з використанням в роботі підрядника 219 тис. вантажних автомобілів.

Компанії, що надають надання своїх послуг у вантажоперевезеннях по Україні, наразі знаходяться у постійному розвитку, збільшуючи спектр послуг, у т.ч. напрацьовують нові схеми доставки вантажів, тим самим розширюючи географію вантажоперевезень. Такий розвиток позитивно відображається на якості надаваних послуг, дотриманні термінів доставки вантажів, збереження вантажів.

Транспортно-експедиторська діяльність є складовою транспортної логістики і однією з визначальних її функцій. За результатами досліджень Світового банку, український ринок логістичних послуг на сучасному етапі має розширену структуру. Перелік основних операторів на ринку логістичних послуг подано у табл. 1.

Таблиця 1

Основні оператори на логістичному ринку України [7]

Назва, розмір складської площі, тис. кв. м.	Характеристика
 (110 тис.кв.м) KUENNE+NAGEL	Міжнародна транспортно-логістична компанія зі штаб-квартирою в Швейцарії. В Україні працює з 1992 р. на 10 локаціях. Займається морськими, авіа-, автомобільними перевезеннями та контрактною логістикою.
 (77 тис.кв.м) ZAMMLER <small>транспорти - митне оформлення - склади</small>	Локальна компанія заснована 2007 р. Надає послуги у сфері автомобільних, авіа-, морських, залізничних перевезень, митно-брокерського оформлення, а також повний спектр складських послуг. Українські складські приміщення розташовані в Київській області, Одесі, Львові та Дніпрі.
 (70 тис.кв.м) Raben <i>your partner in logistics</i>	Філія нідерландської компанії Raben Group, яка працює в 12 країнах Європи. В Україні з 2013 р. Надає комплексні логістичні послуги, в тому числі фреш-логістику, послуги у сфері морських, повітряних та автомобільних перевезень, а також митно-брокерські послуги.
 (61 тис.кв.м) ekol LOGISTICS 4.0	Входить до складу міжнародної групи компаній Ecol зі штаб-квартирою у Стамбулі, яка працює в 15 країнах. Пропонує індивідуальні рішення в міжнародних автомобільних перевезеннях, національні поставки, складування та митне оформлення.
 (60 тис.кв.м) FM LOGISTIC	Міжнародна група компаній з французьким корінням, що веде діяльність у 12 країнах. На українському ринку працює з 1996 р. Надає послуги зі складування, зберігання, транспортування вантажів та управління ланцюгами поставок.
 (45 тис.кв.м) UJK <small>INTEGRATED LOGISTICS SOLUTIONS</small> Just-in-Time	Локальна компанія, що працює на ринку з 2001 р. Здійснює міжнародну транспортну логістику, застосовуючи автомобільні, морські, авіаційні з'єднання. Надає складські послуги зі зберігання товарів, брокерські послуги, фулфілмент та інші сервіси. Здійснює доставку по всій Україні та перевезення вантажів за узгодженим графіком для Інтернет-магазинів і торгових точок роздрібних мереж, охоплюючи понад 3 тис. точок продажів.
 (27 тис.кв.м) ЛОГІСТИК ПЛЮС	Локальна компанія, що працює на ринку з 2008 р. Надає повний комплекс послуг логістики – міжнародні перевезення, митно-брокерське обслуговування, зберігання та обробка товару, передпродажна підготовка товару, фулфілмент. Складські потужності розміщені у Київській області.
 (23 тис.кв.м) НОВА ПОШТА	Локальна компанія, що входить до складу групи компаній “Нова Пошта” з 2015 р. Надає послуги приймання, зберігання, комплектації, пакування та доставки товарів до кінцевого споживача. Спеціалізується на фулфілменті.

Публічне акціонерне товариство «ТРОСТЯНЕЦЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ» є одним із лідерів на ринку з виробництва м'ясних та ковбасних виробів. За звітний період було запущено лінію із забою та розробки свиней. Підприємство оснащено новітніми технологіями та має у своєму розпорядженні кваліфікований персонал. Автомобільний парк досліджуваного підприємства є зношеним і у подальшій роботі доцільно залучати спеціалізовані логістичні компанії. Так як власних ресурсів (нижче буде проаналізовано фінансово-економічні показники) наразі недостатньо щоб здійснити комплексну модернізацію та оновлення автопарку. Тому нами буде запропоновано заходи стосовно оптимізації маршрутів. Одним з актуальних завдань для розвитку збутової діяльності м'ясоперер-

робних підприємств є обґрунтування стратегічних рішень стосовно фізичного розподілу продукції під час збуту. Тобто розробка такої системи фізичного розподілу продукції, що задовольняла би критерій мінімальності затрат у всьому ланцюгу розподілу.

Причому об'єктом оптимізації мають бути маршрути переміщення саме крупнооптових партій товарів від підприємства-виробника до точок збуту, що значно вирізняються у територіальному розташуванні згідно зі специфікою завдань логістичного управління на стратегічному рівні [9, с. 79]. З метою удосконалення системи транспортування продукції досліджуваного підприємства нами запропоновано наступний алгоритм розробки збутової стратегії (рис. 2).



Рис. 2. Формування стратегії збутової діяльності м'ясопереробних підприємств та механізм її реалізації

Серед існуючих методів оптимізації транспортних затрат у здійсненні поставок продукції, що розглянуті у працях Д.Ж. Стока [10], Л.В. Савченко [11], З.С. Каїри [12], В.К. Губенко [9] пропонується використати метод Кларка Райта, перевагами застосування якого є простота, низька погрішність рішення, що свідчить про надійність, і гнучкість методу, дозволяє враховувати цілу низку додаткових факторів, які впливають на кінцеве рішення завдання.

Етапи застосування запропонованого методичного підходу подано на рис. 3.

У ході аналізу робіт у сфері оптимізації транспортних потоків на виробничому підприємстві було розглянуто процес обслуговування вантажовласників під час доставки вантажу дрібними партіями у міському сполученні, а саме до міста Вінниця [14]. Сформовано структурнологічну схему проблем, які необхідно вирішити з метою формування ресурсозберігаючої технології під час перевезення вантажів дрібними партіями у міському сполученні, а також вибору раціональної вантажності та моделі автомобілів для роботи на розвізних маршрутах.

На практиці для кожного окремого середовища властиві свої унікальні умови, які дають відбиття на характер функціонування всієї системи. Для вибору стратегії формування розвізних (збірних) маршрутів на автотранспортному підприємстві (або транспортному підрозділі) пропонується виділити наступні альтернативні технології обслуговування вантажовласників на розвізних маршрутах [13]:

- технологія формування маршрутів з мінімальними експлуатаційними витратами (розвезення за умов мінімального пробігу);
- технологія формування маршрутів з врахуванням нежорстких часових вимог споживачів (розвезення по періодам доби);
- технологія формування маршрутів з точним врахуванням терміну доставки (розвезення “точно в термін”).

Кожна з цих технологій має певні переваги і недоліки та може застосовуватися при відповідних ринкових умовах, що склалися на поточний період часу. Отже, необхідно обґрунтувати прийняття рішення стосовно вибору раціональної технології в умовах постійно мінливого попиту.

У ході проведення наукового дослідження було визначено, що за сучасних умов на результативність роботи виробничого підприємства значною мірою впливають саме транспортні витрати. Тому є потреба в оптимізації транспортних потоків. Запропоновано структурно-логічну схему процесу вибору ресурсозберігаючої технології в організації перевезень вантажів дрібними партіями у міському сполученні для м'ясопереробного підприємства. Такий механізм забезпечить виконання ключових правил логістики та сприятиме у подальшому нарощуванню власного автотранспортного парку (рис. 4).

Обробка замовлень споживачів передбачає визначення таких параметрів, як: розмір партії вантажу,

вимоги споживачів стосовно часу завезення вантажу. Формування розвізних маршрутів виконується з урахуванням характеристик заявок, обраної вантажності автомобіля та характеризується загальною довжиною пробігу автомобілів на розвізних маршрутах за добу.

Для виконання таких завдань пропонуємо використовувати провідні інформаційні системи у логістиці та створити інформаційний логістичний центр. Серед провідних інформаційних технологій у сфері транспортної логістики, що можуть бути адаптовані під діяльність даного підприємства можуть бути:

- Експериментальна автоматизована система управління логістичними процесами реалізована на базі Visual Basic;
- Станом на початок 2013 р. новою є версія VB.NET 2012;
- «Галактика Управління транспортом»;
- Програмна платформа interLogistics;
- SAP R/3 (з модулем «Логістика») [14-17].

Прокладання маршрутів здійснювалось за допомогою безкоштовної онлайн програми (*URL: https://ant-logistics.com/index.html#*) (рис. 5). Завантаживши у програму всі необхідні дані (про автомобіль – марка, тонажність, середня швидкість; вантаж – габарити, характеристики; клієнти – їх адреси, відповідно до випадального списку, графік роботи; відповідальні особи). Дана програма автоматично будує маршрути та виводить готові результати.

ВИСНОВКИ

Отже, за запропонованим методичним підходом можливо визначити економічну результативність оптимізаційної процедури. Вона виражається через транспортний вигравш – потенційне зменшення маршруту перевезення продукції порівняно з початковою схемою транспортування.

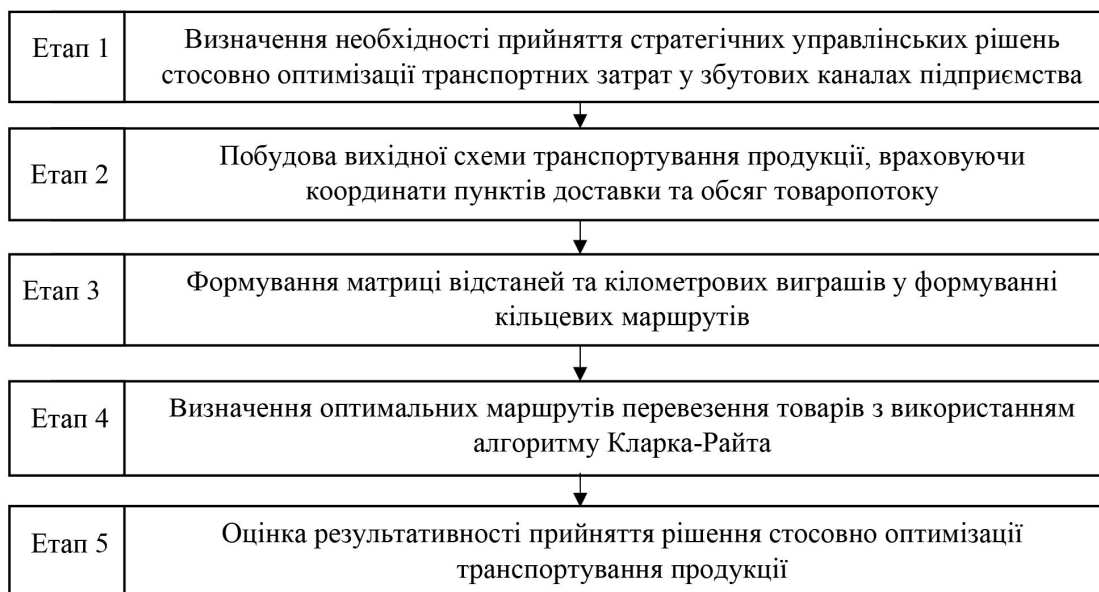


Рис. 3. Послідовність процедури оптимізації логістичного розподілу у збутових каналах ПАТ «ТРОСТЯНЕЦЬКИЙ М'ЯСОКОМБІНАТ»



Рис. 4. Структурно-логічна схема процесу вибору ресурсозберігаючої технології при організації перевезень вантажів дрібними партіями у міському сполученні для ПАТ «ТРОСТЯНЕЦЬКИЙ МЯСОКОМБІНАТ»

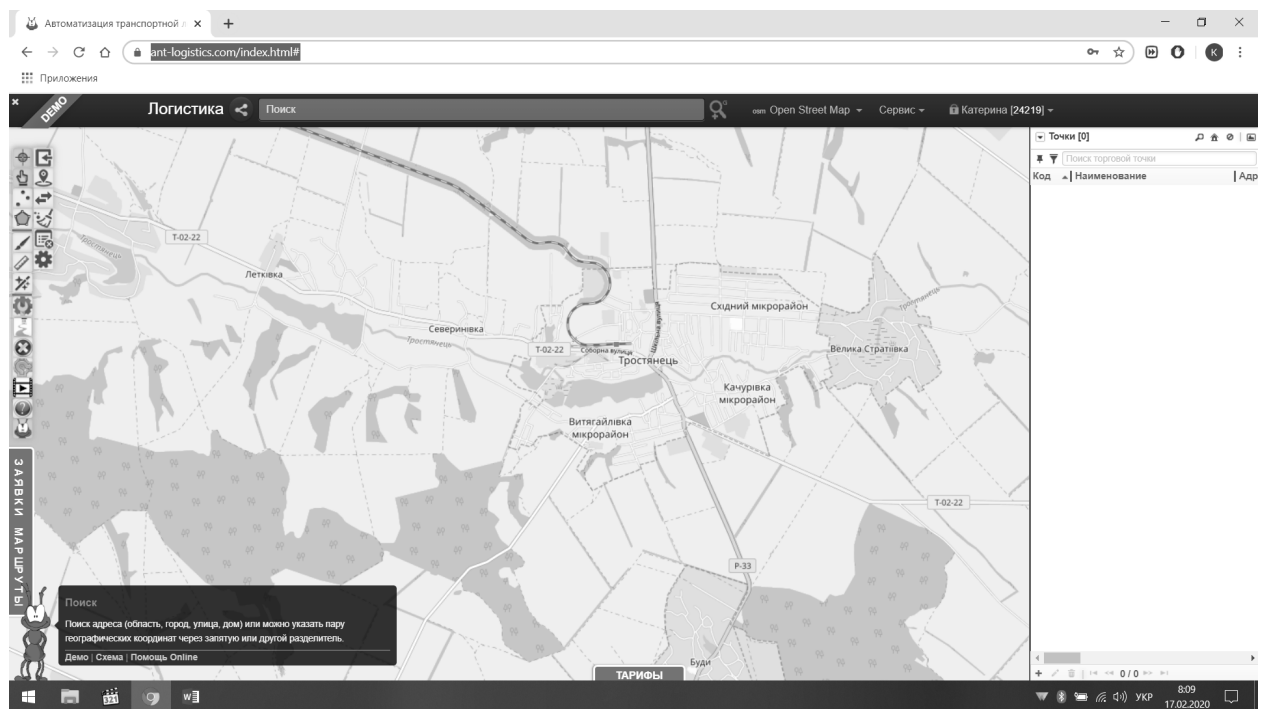


Рис. 5. Автоматична система побудови маршруту

Список використаних джерел

1. Будрина Е.В. Основы транспортно-экспедиционной деятельности. СПб.: СПбГИЭУ, 2010. 139 с.
2. Нагорный С.В. Транспортно-экспедиторская деятельность: учебник. Х.: ХНАДУ, 2012. 352 с.
3. Еремеева Л.Э. Транспортная логистика. Сыктывкар: СЛИ. 2013. 260 с.
4. Закон України «Про транспортно-експедиторську діяльність» від 1 липня 2004 р. № 1955-IV.
5. Швидше за все поведе, ось тільки на чому? Аналіз ринку вантажоперевезень в Україні. URL: [https://proconsulting.ua/ua/pressroom/skoree-vsogo-povezet-vot-tolko-na-](https://proconsulting.ua/ua/pressroom/skoree-vsogo-povezet-vot-tolko-na-chem-analiz-rynka-gruzoperevozok-v-ukraine)

[chem-analiz-rynka-gruzoperevozok-v-ukraine](https://proconsulting.ua/ua/pressroom/skoree-vsogo-povezet-vot-tolko-na-chem-analiz-rynka-gruzoperevozok-v-ukraine)

6. Зростання ринку вантажних перевезень в Україні. URL: <http://xn----ctbbjastibrc7bjp.com/rost-rynka-gruzovyh-avtoperevozok-ua.html>
7. Найбільші логістичні оператори. URL: <https://business.ua/business/4978-naibilshi-lohistychni-operatori>
8. Офіційний сайт ПАТ «ТРОСТЯНЕЦЬКИЙ МЯСОКОМБІНАТ» URL: <http://meat-trostanets.com.ua/contacts/>
9. Губенко В.К. Логистическая централизация материальных потоков: теория и методология логистических распределительных центров. Донецк: ИЭП, 2007. 494 с.
10. Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой. М.: ИНФРА, 2005. 797 с.

11. Савченко Л.В. Оптимізація рішень в логістиці: теорія та практика. К.: НТУ, 2008. 252 с.
12. Основы логистики / З.С. Каира и др. Донецк: Юго-Восток, 2003. 522 с.
13. Шраменко Н.Ю. Вибір оптимальної стратегії обслуговування вантажовласників на розвізних маршрутах. Вестник Харьковського національного автомобільно-дорожного університета: сб. науч. тр. Харків: ХНАДУ, 2009. Вип.44. С. 78–82
14. Писаренко В.В., Гуржій Н.Г. Оптимізація логістичного розподілу як напрямок удосконалення збутової стратегії м'ясопереробних підприємств. Проблеми економіки. 2015. № 1. С. 218-225.
15. Бандоріна Л.М. Аналіз механізму функціонування транспортно-логістичних систем. Держава та регіони. 2014. № 4. С. 55-64.
16. BIT: Управління транспортною логістикою URL: http://www.lcbit.ru/lcsoft/index.php?SECTION_ID=622.
17. Система SAP R/3 с модулем "Логистика". URL: <http://www.sap.com>
18. Програмна платформа interLogistics. URL: <http://www.integprog.ru>
- References**
1. Budrina E.V. *Fundamentals of Freight Forwarding Activity*. Saint Petersburg: St. Petersburg State University, 2010. 139 p. (in Russian)
2. Nahorny Y.V. *Freight forwarding activities: a textbook*. Kharkiv: KhNRHU, 2012. 352 p. (in Ukrainian)
3. Ereemeeva L.E. *Transportation Logistics*. Syktyvkar: SLI, 2013. 260 p. (in Russian)
4. Law of Ukraine «On Freight Forwarding Activity» of July 1, 2004 No. 1955-IV. (in Ukrainian)
5. Likely to carry, here's just why? Cargo market analysis in Ukraine. URL: <https://pro-consulting.ua/en/pressroom/skoreevsego-connected-vot-tolko-na-chem-analiz-rynka-gruzoperevozok-v-ukraine>. (in Ukrainian)
6. Growth of the freight market in Ukraine. URL: <http://xn--ctbbjacmibr7bjp.com/rost-rynka-gruzovyh-avtoperevozok-ua.html>. (in Ukrainian)
7. The largest logistics operators. URL: <https://business.ua/business/4978-naibilshi-lohistychni-operatori>. (in Ukrainian)
8. Official site of PJSC «Trostanets Meat Combine» URL: <http://meat-trostanets.com.ua/contacts/>. (in Ukrainian)
9. Gubenko V.K. *Logistic centralization of material flows: theory and methodology of logistic distribution centers*. Donetsk: IEP, 2007. 494 p. (in Russian)
10. Siok Dz.R., Lambert D.M. *Strategic Logistics Management*. Moscow: INFRA, 2005. 797 p. (in Russian)
11. Savchenko L.V. *Optimization of decisions in logistics: theory and practice*. Kyiv: NTU, 2008. 252 p. (in Ukrainian)
12. *Basics of logistics* / Z.S. Kaira et.al. Donetsk: Southeast, 2003. 522 p. (in Russian)
13. Shramenko N.Y. *Choosing the best strategy for servicing cargo owners on distribution routes*. Bulletin of the Kharkiv National Road and Highway University. Kharkiv: KhNADU, 2009. No. 44. pp. 78–82 (in Ukrainian)
14. Pysarenko V.V., Hurzhyi N.H. *Optimization of logistic distribution as a direction of improvement of marketing strategy of meat processing enterprises*. Problems of economy. 2015. № 1. pp. 218-225. (in Ukrainian)
15. Bandorina L.M. *Analysis of the mechanism of functioning of transport and logistics systems. State and regions*. 2014. № 4. pp. 55-64. (in Ukrainian)
16. BIT: *Transport Logistics Management*. URL: http://www.lcbit.ru/lcsoft/index.php?SECTION_ID = 622. (in Ukrainian)
17. SAP R/3 System with Logistics module. URL: <http://www.sap.com>
18. *InterLogistics software platform*. URL: <http://www.integprog.ru>. (in Russian)

ЛУК'ЯНЧУК

Олена Михайлівна
helenykjanchuk@gmail.com

УДК 338:650

ВОЛКОВА

Домнікія Василівна
dayanavolkova97@gmail.comстарший викладач, Одеський
національний політехнічний
університетОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ
МЕТОДІВ ЕФЕКТИВНОЇ ОЦІНКИ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВАFEATURES OF APPLICATION OF
EFFICIENT COMPETITIVENESS
ASSESSMENT OF ENTERPRISEDOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.4.2>магістр, Одеський національний
політехнічний університет

LUKIANCHUK Olena Mykhailivna – Senior Lecturer, Odesa National Polytechnic University

VOLKOVA Domnikiya Vasyilivna – master, Odesa National Polytechnic University

У статті досліджено концептуальні засади стосовно оцінки конкурентоспроможності підприємства, виявивши рівень його економічного розвитку. Визначено основні заходи щодо проведення якісної оцінки конкурентоспроможності. Проведено порівняльну оцінку наявних та ефективних методів оцінки конкурентоспроможності. Наведено основні фактори стосовно актуальної та об'єктивної оцінки конкурентних позицій підприємства. Запропонований перелік показників задля забезпечення ефективної оцінки конкурентоспроможності підприємства.

* * *

В статье исследованы концептуальные основы оценки конкурентоспособности предприятия, обнаружив уровень его экономического развития. Определены основные мероприятия по проведению качественной оценки конкурентоспособности. Проведена сравнительная оценка имеющихся и эффективных методов оценки конкурентоспособности. Приведены основные факторы по актуальной и объективной оценке конкурентных позиций предприятия. Предложенный перечень показателей для обеспечения эффективной оценки конкурентоспособности предприятия.

* * *

Introduction: In today's business environment, issues related to the competitiveness and sustainability of a country, region, or individual enterprise are a priority. Moreover, the competition of the enterprise is the most important factor contributing to the improvement of the efficiency of the national economy. The experience of the most economically developed and competitive countries of the world shows that one of the main elements of enterprise competitiveness management is to assess the level of its economic development. The diversity of all the approaches and methods of assessing the competitiveness of the enterprise, discussed in the article, is combined with the lack of systematic ideas about the mechanisms, priorities and factors of the formation of the enterprise's competitiveness in the development of the national economy of the country, which is currently quite relevant topic.

The purpose of the paper is to determine the features of methods of assessing the competitiveness of the enterprise.

Results. One of the main elements of enterprise competitiveness management is to evaluate its functioning both qualitatively and quantitatively, although only quantitative assessment allows to measure and manage its existing competitiveness. In modern conditions, the assessment of the competitiveness of the enterprise and its products in the country is an important condition for the development of economic security of the country, state, regional and sectoral policies.

Conclusion. To date, every enterprise, especially in unstable market conditions and the availability of both true and fake information, in practice requires the use of different methods and methodological approaches, which can be used to weigh all the analyzed indicators and results of competitive activity of the enterprise and to choose the necessary direction for further effective operations and stable competitive positions. The methods and methodological approaches presented in the article are all different with their advantages and disadvantages, as well as a certain set of indicators of competitive analysis of both external and internal activity of the enterprise. That is why, for the management of the enterprise it is necessary to select only the base of indicators that are necessary for them, and already with their help to choose the most acceptable and effective method of evaluating the competitive positions of the enterprise.

Ключові слова: конкурентоспроможність, оцінка, методи, матриця, конкурентна позиція, конкурентні переваги

Ключевые слова: конкурентоспособность, оценка, методы, матрица, конкурентная позиция, конкурентное преимущество

Keywords: competitiveness, evaluation, methods, matrix, competitive position, competitive advantage

ВСТУП

У сучасних умовах бізнесу пріоритетними стають питання, пов'язані з конкурентоспроможністю та стійкістю розвитку країни, регіону чи окремого підприємства. Більш того, конкуренція підприємства є найваж-

ливішим фактором, що сприяє підвищенню ефективності національної економіки. Досвід найбільш економічно розвинених та конкурентоспроможних країн світу показує, що одним із основних елементів управління конкурентоспроможністю підприємств є

оцінка рівня його економічного розвитку.

Різноманітність усіх підходів та методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, розглянутих у статті, поєднується з дефіцитом системних уявлень про механізми, пріоритети та фактори формування конкурентоспроможності підприємства у розвитку національної економіки країни, що є на теперішній час досить актуальною темою.

МЕТА роботи – визначення особливостей методів оцінки конкурентоспроможності підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічна та інформаційна основа дослідження – це фахові праці вітчизняних та зарубіжних науковців, матеріали періодичних видань, ресурси мережі Internet.

РЕЗУЛЬТАТИ

Одним із основних елементів управління конкурентоспроможністю підприємства є оцінка його функціонування як якісно, так і кількісно, хоча тільки кількісна оцінка дозволяє вимірювати наявну конкурентоспроможність та керувати нею. У сучасних умовах оцінка конкурентоспроможності підприємства та його продукції в країні є важливою умовою розвитку економічної безпеки країни, державної, регіональної та галузевої політики.

Будь-яка оцінка – це встановлення наявності та ступеня прояву певної характеристики, за допомогою якої будується аналіз, нормативна регуляція функціонування, розвитку, пошуку, визначення тенденцій, вивчення особливостей та істотних ознак конкурентної діяльності підприємства. Без оцінок неможливо контролювати процес. Чим точніша оцінка, тим більша ймовірність прийняття правильного управлінського рішення.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства ґрунтується на аналізі його технологічних, інформаційних, інвестиційних, інноваційних, виробничих, фінансових та маркетингових можливостей. Він призначений для визначення потенційних можливостей компанії та діяльності, необхідної для забезпечення стійких конкурентних позицій.

Конкурентоспроможність підприємства є зовнішньою та внутрішньою перевагою підприємства відносно інших підприємств тієї ж галузі як на національному, так і на міжнародному ринках.

Якісна оцінка конкурентоспроможності підприємства необхідна для:

- розробки заходів, спрямованих на підвищення можливостей та сильних сторін підприємства;
- визначення контрагентів для здійснення спільної діяльності;
- розробка стратегічних програм ефективної роботи підприємства;
- здійснення ефективної інвестиційної діяльності;
- здійснення перспективної інноваційної діяльності.

На сьогодні ринкові умови диктують свої критерії розвитку економічних відносин, які перед кожним підприємством ставлять безліч проблем. Кожне підприємство для отримання максимально прозорих да-

них про наявний стан конкурентних позицій прагнуть використовувати як традиційні, так і новітні методи оцінки власної конкурентної привабливості, що є їх об'єктивною необхідністю.

На сьогоднішній день існує величезна кількість розрахункових методів та графічних методик оцінки конкурентоспроможності підприємства, причому кожен метод має свої певні особливості, недоліки та переваги. У табл. 1 авторами представлено найбільш ефективні методи оцінки конкурентних переваг підприємств та їх продукції (послуг).

Більшість методик передбачає порівняння практично однакових за своїм видом діяльності підприємств, а також тих, які виробляють подібні товари (послуги) та працюють у подібних економічних умовах. Це все призводить до того, що стає більш складніше визначити чіткі географічні межі конкретного ринку, встановити перелік конкуруючих продуктів та підприємств, які тягнуть за собою подібну невразливість методів оцінювання конкурентоспроможності.

Розглянемо наповнення методичними підходами кожного представленого методу [1-6]:

Матричний. В його основі лежить використання матричних досліджень (табличний та графічний вигляд) оцінки конкурентоспроможності підприємства. Серед матричних моделей найефективнішими є: матриця SWOT аналізу (оцінює все оточення та внутрішній «світ» підприємства), матриця Бостонської консалтингової групи (БКГ) (оцінка позицій та частки ринку, привабливість та зростання галузі); матриця GE/McKinsey (оцінка маркетингової діяльності підприємства, його бренд-менеджменту, а також попит на продукцію та її особливості); матриця Shell/DPM (оцінка бренд-менеджменту, спрямованої політики ведення бізнесу на різних стадіях життєвого циклу); матриця Ансоффа (оцінка стратегії позиціонування товару на ринку); матриця Hofer/Schendel (оцінка існуючих видів бізнес напрямку та оцінка шляхів формування ідеального бізнес-набору підприємства); матриця SPASE аналізу (оцінка стратегічного положення, дій на ринку та конкурентних переваг підприємства серед конкурентів); матриця Томпсона та Стрікланда (оцінка господарської діяльності підприємства та його місця на ринку); матриця конкурентних стратегій М. Портера (оцінка рівня рентабельної діяльності підприємства та його позиції на ринку серед конкурентів); матриця STEP/PEST аналізу (оцінка політичних, економічних, соціальних та технологічних впливів на діяльність підприємства); матриця ADL/LC (оцінка обраної концепції підприємства та її позиції щодо життєвого циклу галузі). Як бачимо, використання матричних методів загалом дасть керівництву підприємства загальну картинку конкурентних переваг та позицій на ринку, окрім матриці SWOT аналізу, яка дозволить побачити проблеми не лише ззовні, але й у середині підприємства, що дасть більш чітке уявлення про наявні проблеми. Можна стверджувати, що для більш якісної оцінки конкурентних позицій підприємства необхідно використовувати кілька матриць одночасно.

Таблиця 1

Найбільш ефективні методи оцінки конкурентних переваг підприємств та їх продукції (послуг)		
Методи	Переваги і недоліки	Характеристика метод
Матричний	Переваги: простота, доступність, візуалізація, використання об'єктивних критеріїв привабливості та конкурентоспроможності, рівень. Недоліки: надмірне спрощення, труднощі з оцінкою та визначенням розміру та частку ринку та темпи його прогнозованого зростання.	аналіз матриці оцінки, заснованої на принципі горизонтальної системи координат, горизонтальної – швидкості збільшення (зменшення) продажу, а також оцінки вертикальної відносної частки ринку підприємств.
Заснований на теорії ефективної конкуренції	Переваги: багатогранні аспекти бухгалтерського обліку діяльності підприємства. Недоліки: конкурентоспроможність підприємств можна визначити елементарним підсумовуванням наявних можливостей підприємства, що як правило не дає необхідного результату визначення конкурентоспроможності підприємства як системи в цілому.	Допомагає визначити найбільш конкурентоспроможні підприємства з найкраще організованою роботою всіх відділів та служб. Визначає, що впливає на ефективність кожної послуги за багатьма факторами (ресурсами) підприємства.
Оцінки конкурентоспроможності підприємства	Переваги: враховує одну з найважливіших складових конкурентоспроможності підприємства, його продукції (послуг). Недоліки: забезпечує дуже обмежене розуміння переваг та недоліків підприємства, оскільки конкурентоспроможність приймає форму конкурентоспроможності товару і не впливає на інші його аспекти діяльності.	заснована на ідеї, що визначає вагомість конкурентоспроможності продукції (послуг), за допомогою розрахунку індексу конкурентоспроможності: здійснюється за кожним видом продукції з використанням параметричних та економічних показників.
Інтегрований	Переваги: враховує не тільки досягнутий рівень конкурентоспроможності підприємства, але також можливу динаміку на майбутнє Недоліки: застосовані інтегральні методи та прийоми визначаючи поточну та потенційну конкурентоспроможність у підсумковому рахунку, що відтворюють методи, застосовані у попередніх підходах, та тягнуть за собою і недоліки відповідних підходів.	заснований на твердженні, згідно з яким значення конкурентоспроможності підприємства інтегрується в її поточний та наявний конкурентний потенціал. Поточна та потенційна конкурентоспроможність, а також їх співвідношення визначається у межах інтегрального індексу та необхідного способу визначення конкурентних переваг підприємства.

Методи, засновані на теорії ефективності конкуренції. Можна сказати, що він є найбільш поширеним, так як заснований на прикладах ефективної конкуренції на ринку. У даних методах використовують оцінку його виробничої, організаційної та управлінської діяльності: теорія ефективної конкуренції Й. Шумпетера (оцінка мінімізації витрат та максимізації прибутку підприємства, а також оцінка введення новаторських рішень у діяльність підприємства); теорія ефективної конкуренції Т.Ф. Хайека (оцінка наявного та необхідного інформаційного забезпечення); методики направлені на оцінку економічних, обігових, збутових та ресурсних критеріїв конкурентоспроможності; методики засновані на оцінці певних груп показників (оцінка ефективної виробничої діяльності, оцінка фінансового стану підприємства); метод бенчмаркінгу (оцінка ефективного маркетингу та просування товарів (послуг)). Дані методи необхідно використовувати лише комплексно, так як кожен окремо розкриває лише певний напрямок діяльності підприємства [7].

Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства. До даної групи методів відносять: якісні, кількісні, графічні, індексні експертні, критеріальні, стратегічні, методи позиціонування тощо [6]. Кожен методичний підхід має свої переваги та недоліки, оцінюючи водночас лише один конкурентний аспект, який зі свого боку не зможе показати усіх конкурентних переваг (недоліків) підприємства, а також вони є різними за пошуком, визначенням та представленням, що між собою не можливо порівняти, але можливо доповнити.

Представлені методи повинні обов'язково використовуватися комплексно і тому з'являється ще один метод – **інтегральний (комплексний)**, який об'єднує у собі кілька ефективних методів оцінки конкурентних переваг підприємства.

Кожен метод має певний набір показників, які зі свого боку досить суттєво залежать від багатьох факторів оцінки конкурентних позицій підприємства [4, 8] (рис. 1).

Використання правильно обраних факторів (рис.1) призведе до більш точно обраної методики з найбільш повним аналізом його конкурентних позицій.

На сьогодні в Україні не існує загально визнаної методології ефективної оцінки конкурентоспроможності підприємств. Керівництву підприємства необхідно самостійно визначити свою конкурентну позицію на ринку та виявити місце функціонування у життєвому циклі галузі на певній фазі свого економічного розвитку. Дане завдання є досить складним, так як необхідно обрати набір показників, що характеризують усі грані функціонування підприємства та формують рівень його конкурентоспроможності. До основних складових оцінки конкурентоспроможності підприємства відносять: оцінку якості продукції оцінку вартості продукції оцінку одиничних економічних показників, оцінку одиничних технічних показників, визначення інтегральних показників конкурентоспроможності, визначення одиничних показників конкурентоспроможності підприємства, комплексну оцінку конкурентоспроможності підприємства.

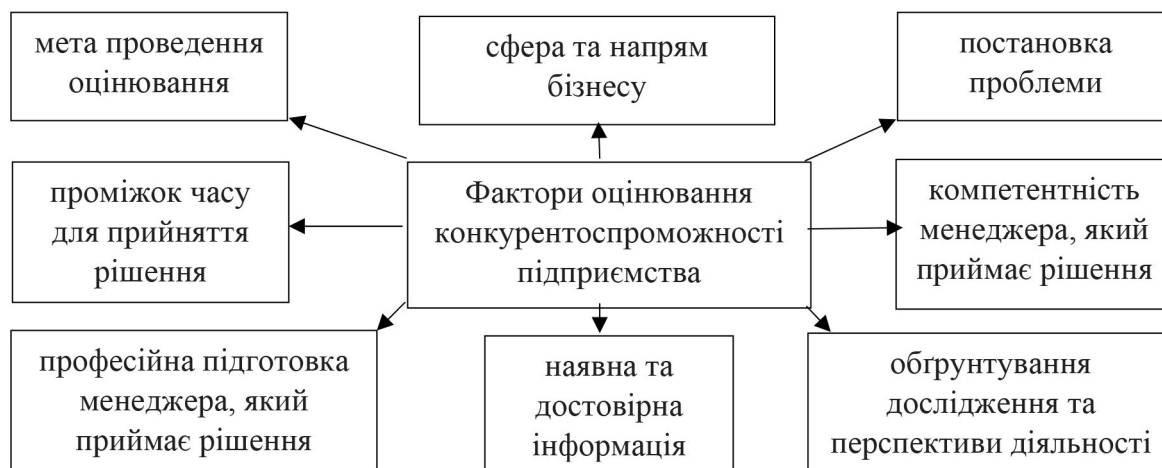


Рис. 1. Фактори оцінювання конкурентоспроможності підприємства

Заключним етапом оцінки є аналіз отриманих результатів, за допомогою яких можна сформулювати або відкоригувати стратегії розвитку підприємства.

Проводячи аналіз ключових характеристик стану підприємства, необхідно обрати основні показники забезпечення конкурентоспроможності підприємства, до складу яких входять такі важливі коефіцієнти [9, 10]:

- коефіцієнт частки ринку, що показує яку частку ринку яку займає підприємство;
- коефіцієнт зміни обсягів продажів, що показує динаміку конкурентоспроможності підприємства за рахунок зростання обсягу продажів;
- коефіцієнт динаміки рівня цін, що характеризує динаміку конкурентоспроможності за рахунок динаміки цін на продукцію;
- коефіцієнт маркетингових комунікацій, що характеризує прагнення підприємства до підвищення конкурентоспроможності за рахунок підвищення ефективності маркетингових комунікацій (включаючи рекламну діяльність);
- коефіцієнт використання PR («паблік рілейшнз») – організація громадської думки, здійснення зв'язків з громадськістю, що включають спектр програм, метою яких є просування та / або захист образу (іміджу, престижу) підприємства або окремих товарів) або бенчмаркінгу;
- коефіцієнт використання особистих (персональних) продажів, що характеризує прагнення підприємства до підвищення конкурентоспроможності за рахунок застосування продажів із залученням торгових агентів.

Запропоновані коефіцієнти, дають уявлення про конкурентоспроможність підприємства, охоплюючи найбільш важливі аспекти його господарської діяльності:

Своєчасний та правильний аналіз конкурентоспроможності підприємства має наступні специфічні особливості та завдання:

По-перше, необхідно визначити конкурентоспроможність підприємства, що є відправною точкою організації всієї виробничо-господарської діяльності в умовах ринкової економіки.

По-друге, вивчення конкурентоспроможності повинно здійснюватися постійно та систематично на всіх етапах життєвого циклу продукції (послуг). Та-

кий підхід дозволяє своєчасно приймати рішення стосовно оптимальних змін у асортименті продукції, необхідності пошуку нових ринків збуту чи нових ринкових ніш, розширення та створення нових виробничих потужностей, розробки нових або модернізації продукції (послуг).

По-третє, оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства обумовлює необхідність використання низки показників, без аналізу яких неможливо зробити загальну оцінку виробничо-господарської діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

На сьогодні кожному підприємству особливо у нестабільних ринкових умовах та доступності як правдивої, так і фейкової інформації, у практичній діяльності необхідно використовувати різні методи та методичні підходи, за допомогою яких можна зважити всі проаналізовані показники та результати конкурентної діяльності підприємства та обрати необхідний напрямок для подальшої ефективної діяльності та стабільних конкурентних позицій. Представлені у статті методи та методичні підходи усі різні зі своїми перевагами та недоліками, а також певним набором показників конкурентного аналізу як зовнішньої так і внутрішньої діяльності підприємства. Саме тому для керівництва підприємства необхідно підібрати лише ту базу показників, які необхідні саме їм, а вже за їх допомогою обрати найбільш прийнятний та ефективний метод оцінювання конкурентних позицій підприємства.

Список використаних джерел

1. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. Москва: Финпресс, 1998. 192 с.
2. Вагнер І.М. Модель ADL/LC як методологічний інструментарій стратегічного аналізу. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб.наук. праць. Суми: Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», 2009. № 26. С. 169–178.
3. Швед Т.В., Біла І.С. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Економіка і суспільство. 2017. № 8. С. 405-410.
4. Брижань І.А., Чевганова В.Я. Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Технологический аудит и резервы производства. 2015. № 4(5). С. 10-15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_4%285%29_3

5. Кириченко О.М., Мігдальський А.В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка, 2017. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5428#>

6. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. Mechanism of Economic Regulation, 2013. № 4. С. 155-163. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2013_4_19

7. Пилипук А.В. Развитие научной теории эффективной конкуренции. Современная конкуренция, 2016. №2 (56). URL: https://www.researchgate.net/publication/320843191_Pilipuk_AV_Razvitie_naucnoj_teorii_effektivnoj_konkurencii_Sovremennaa_konkurencia_2016_No2_56

8. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. Ефективна економіка, 2014. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104

9. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за заг. ред. проф. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2017. 514 с.

10. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.

11. Бельтюков Є.А., Некрасова Л.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. Економіка: реалії часу. 2014. № 2. С. 6-13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2014_2_3

References

1. Efremov V.S. Business strategy. Planning concepts and methods. Moscow: Finpress, 1998. 192 p. (in Russian)

2. Vagner I.M. Model ADL / LC as a methodological toolkit of strategic analysis. Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine: coll. of scien. works. Sumy: State Higher Education Institution "Ukrainian Academy of Banking of the National Bank of Ukraine", 2009. № 26. pp.

169-178. (in Ukrainian)

3. Shved T.V., Bila I.S. The estimation of enterprise competitiveness. Economy and society. 2017. № 8. pp. 405-410. (in Ukrainian)

4. Bryzhan I.A., Chevhanova V.Ya. Comparison of methods of enterprise competitiveness assessment. Technological audit and production reserves. 2015. No. 4(5). Pp. 10-15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_4%285%29_3 (in Ukrainian)

5. Kirichenko O.M., Mikhalskyi A.V. Methods of assessing the competitiveness of the enterprise. Effective Economy, 2017. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5428#> (in Ukrainian)

6. Levytska A.O. Methods of assessing the competitiveness of an enterprise: domestic and foreign approaches to classification. Mechanism of Economic Regulation, 2013. № 4. pp. 155-163. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mre_2013_4_19 (in Ukrainian)

7. Pilipuk A.V. Development of scientific theory of effective competition. Contemporary competition, 2016. № 2(56). URL: https://www.researchgate.net/publication/320843191_Pilipuk_AV_Razvitie_naucnoj_teorii_effektivnoj_konkurencii_Sovremennaa_konkurencia_2016_No2_56 (in Russian)

8. Kadyrus I.H. Competitiveness of the enterprise and the factors that influence it. Effective Economy, 2014. № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104 (in Ukrainian)

9. Theoretical, methodological and practical aspects of the competitiveness of enterprises: monograph / ed. Prof. O.H. Yankovyi. Odessa, Atlanta, 2017. 514 p. (in Ukrainian)

10. Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of improvement: monograph / ed. Prof. O.H. Yankovyi. Odessa: Atlanta, 2013. 470 p. (in Ukrainian)

11. Beltiukov E.A., Nekrasova L.A. Competitive strategy of the enterprise: essence and formation on the basis of estimation of level of competitiveness. Economics: The Realities of Time. 2014. № 2. pp. 6-13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2014_2_3 (in Ukrainian)

ТУР
Ірина Юрїївна
Iryna.Tur@gmail.com

УДК 330.1:378.32

ВАРТІСТЬ ЗДОБУТТЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В ЕКОНОМІЦІ ОСВІТИ

TUITION IN THE ECONOMY OF EDUCATION

старший викладач,
Національний аерокосмічний
університет ім. М.С.
Жуковського "Харківський
авіаційний інститут"

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.4.3>

TUR Iryna Yuriivna – Senior Lecturer, National Aerospace University "Kharkiv Aviation Institute" after M.Ye. Zhukovskiy

Відсутність досліджень взаємозв'язку вартості здобуття вищої освіти як чинника, що має вплив на економіку освіти та загалом на стан економіки у державі, обумовило актуальність роботи. У статті розкрито наукові погляди стосовно трактування поняття економіки освіти. Охарактеризовано теоретико-методологічні засади економіки освіти. Наведено проблеми фінансування вищої освіти з державного бюджету, які залишаються одними з найбільш важливих та складних питань, що досить не урегульовані у нашій державі. Розглянуто функції освіти, мета яких полягає у забезпеченні вищого рівня доходу й підвищення рівня добробуту індивіда. Доведено, що доступність у отриманні вищої освіти для населення має вплив на розподіл доходів у суспільстві, зумовлює підвищення продуктивності, яке проявляється у зростанні індивідуального доходу працівника для зростання продуктивності праці у національній економіці та збільшенні сукупного доходу суспільства.

* * *

Отсутствие исследований взаимосвязи стоимости получения высшего образования как фактора, который оказывает влияние не только на экономику образования, но и в целом на состояние экономики в государстве обусловило актуальность работы. В статье раскрыты научные взгляды на трактовку понятия экономики образования. Охарактеризованы теоретико-методологические основы экономики образования. Приведены существующие проблемы финансирования высшего образования из государственного бюджета, являющимися одними из самых важных и сложных вопросов, которые недостаточно урегулированы в нашей стране. Рассмотрены функции образования, цель которых заключается в обеспечении высокого уровня дохода и повышения уровня благосостояния индивида. Доказано, что доступность получения высшего образования для населения влияет на распределение доходов в обществе, приводит к повышению производительности, что проявляется в росте индивидуального дохода работника для роста производительности труда в национальной экономике и увеличении совокупного дохода общества.

* * *

Introduction. The question of obtaining higher education is highly relevant all over the world today, particularly in Ukraine. The modern system of financing higher education has big and complex problems and remains one of the most important and least settled issues of our country. The opportunity to obtain high-quality education in a prestigious higher educational institution often depends not only on the level of knowledge and readiness of the young person, but also on his/her ability to pay for the education. Thus, the lack of research on the relationship between the cost of higher education as a factor affecting the educational economy, deserves particular attention regarding the influence on the socio-economic status of the nation, and makes the selected topic significantly relevant.

The purpose of the paper is to investigate the impact of the cost of higher education on the economy of the state and justify the need to consider this issue from the point of view of the education economy.

Results. The article presents the scientific views on the interpretation of the concept of education economy. The theoretical and methodological foundations of the educational economy are characterized. The article also defines the problems of financing higher education from the state budget as it remains one of the most important and complex issues which are not sufficiently settled in our country. There is a review of the functions of education, which aim is to provide a higher level of income and increase the level of well-being of the individual. It is shown that accessibility to higher education for the population has an impact on the distribution of income in society, leads to increased productivity, which is resulted in the growth of individual employee's income and in increased productivity in the national economy and rises the total income of society.

Conclusion. Due to the fact that the main priority of the state in the part of the education economy is to increase its level, higher education should be used as a tool of state socio-economic policy for the development of this sector and support of talented young people. Knowledge generated in higher education is the most important and inexhaustible resource for a science-based economy. In today's context, education needs to be guided by the demands of the labor market, since the education market is an integral part of this market, because it generates a demand for employees of the required specialties.

Ключові слова: вища освіта, вартість, економіка, дохід, економіка освіти

Ключевые слова: высшее образование, стоимость, экономика, доход, экономика образования

Keywords: higher education, value, economics, income, economics of education

ВСТУП

Освіта завжди мала та продовжує зберігати істотне соціально-економічне і політичне значення для розвитку будь-якої країни. У сучасних умовах місце та

значення вищої освіти у системі пріоритетів, які вибудовуються кожною країною, відображає рівень соціально-економічного розвитку нації. Тільки маючи відповідну сучасним стандартам вищу освіту, та або інша країна може претендувати на гідне місце та виз-

нання у світі.

Сучасна система фінансування вищої освіти має великі і складні проблеми, та залишається однією з найбільш важливих та неурегульованих проблем нашої держави. Більшість вищих навчальних закладів були створені урядом та їх фінансування здійснюється переважно з державного бюджету. Існуючого зараз державного фінансування не вистачає не тільки для вирішення навіть поточних проблем вищої школи, але й на необхідну модернізацію системи вищої освіти. В Україні на сьогодні на одного учня витрачається коштів у сім разів менше, ніж у країнах з високим рівнем розвитку. Питома частка витрат на освіту у складі ВВП приблизно в два рази менша, ніж у розвинених країнах.

Можливість отримати якісну освіту у престижному вищому навчальному закладі часто залежить не тільки від рівня підготовки молодої людини, але й від її можливості оплатити навчання.

МЕТА роботи – дослідження впливу вартості здобуття вищої освіти на економіку держави та обґрунтування необхідності розгляду цього питання з позиції економіки освіти.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретико-методологічною основою дослідження є наукові положення сучасної економічної теорії, наукові праці і розробки провідних вітчизняних та закордонних вчених з проблем економіки освіти, економічної теорії та економіки. Для розв'язання поставлених проблем використовувались загальнонаукові й спеціальні методи дослідження: логічного та порівняльного аналізу – для дослідження сутності вартості в економіці освіти, а також спостереження, порівняння, аналіз і синтез, дедукція й індукція.

РЕЗУЛЬТАТИ

Освіта – це галузь народного господарства країни, яка об'єднує організації, заклади та установи, що здійснюють навчання, виховання, підготовку педагогічних і наукових кадрів, випуск навчальної літератури; або сукупність систематизованих знань, умінь і навичок, здобутих людиною у процесі навчання у спеціальних навчальних закладах і самостійно [1, с. 656]. Під поняттям «здобути освіту» частіше розуміють процес, у ході якого відбувається оволодіння певними знаннями, набування навичок логічного мислення, дослідження та аналізу різних явищ і процесів. Крім того, освіта характеризується високою моральною цінністю, формуванням здібностей і устремлень людей, які визначають історичну долю народу. Поняття «освіта» найчастіше використовується як система організації освітньої діяльності.

Освіта завжди виконувала економічну функцію, але ця функція розглядалася як вторинна і допоміжна стосовно загально виховної. Мета економічної функції освіти полягає у забезпеченні вищого рівня доходу й підвищення рівня добробуту індивіда, за рахунок економічної реалізації власності на здобутті знань разом з набутими якостями, вміннями та навичками таким чином, що трати на розвиток розумових і фізичних здібностей людини і засвоєння нею певних знань мають приносити додатковий дохід. Цей дохід вияв-

ляється як в індивідуальних, так і суспільних формах, які можна розглядати у економіці освіти [2].

Згідно з економічною енциклопедією «економіка освіти» – це наука про комплексну економічну роль освіти у процесі розширеного відтворення, у т.ч. відтворення виробничих відносин між людьми у цій сфері, властивих їй закономірностей [1, с. 391].

Об'єктивними передумовами виникнення і розвитку економіки освіти є, по-перше, становлення системи освіти як самостійної та специфічної галузі народного господарства. По-друге, розгортання науково-технічної революції, яка зумовила істотне розширення масштабів освіти, значне збільшення витрат на неї, посилення впливу освіти на темпи економічного зростання, ефективність індивідуального, колективного і суспільного виробництва, диференціацію заробітної плати найманих працівників тощо. Науково-технічна революція висунула на передній план такі якості робочої сили, як освіта, кваліфікація, економічне мислення, організаторські здібності, відповідальність тощо. Суб'єктивними факторами створення економіки освіти були теоретичні, методологічні й методичні розробки західних економістів з економічних проблем освіти, перетворення її на окрему навчальну дисципліну, що викладається у багатьох університетах розвинутих країн світу.

Найвагоміший внесок у розробку теоретико-методологічних засад економіки освіти виконав ряд вчених. Так, У. Петті першим у світовій економічній науці намагався дати вартісну оцінку людини та її корисних властивостей, вважав знання і навички складовою багатства індивіда і всього суспільства. А. Сміт стверджував, що капітал, вкладений у розвиток знань і майстерності, повинен приносити прибуток. Д. Рікардо до витрат на відтворення робочої сили зараховував витрати на освіту. Він наголошував на існуванні залежності величини заробітної плати від різного рівня витрат на освіту і навчання, від рівня розвитку здібностей робітників і службовців до праці. В освіті ці вчені бачили важливий фактор демократичного устрою суспільства, засіб уникнення однобічної спеціалізації працівника тощо. За словами К. Маркса, справжнє багатство суспільства – це сукупність потреб, здібностей, творчих обдарувань людей, ступінь вправності населення. А. Маршалл стверджував, що підвищення освіти працівника зумовлює не лише зростання його продуктивності праці, а й продуктивності праці тих робітників, які його оточують, справедливо виступав за активну, навіть визначальну роль держави у розвитку освіти тощо [3].

Методологічною основою науки економічної освіти у працях західних економістів є здебільшого теорія "людського капіталу", згідно з якою знання, навички та інші здібності людини, які впливають на зростання виробництва і доходів, є капіталом, а внесками, що формують цей капітал, є витрати на освіту, підготовку робочої сили на виробництві, на медичне обслуговування тощо. Прихильники цієї теорії виходили з того, що вартість виховання й освіти формує реальні витрати, а праця освіченої людини продуктивніша, що свідчить про зростання національного багатства внаслідок здійснення витрат на освіту. За підрахунками західних і вітчизняних економістів, майже тре-

тина приросту валового внутрішнього продукту у розвинутих країнах світу нині забезпечується інвестиціями у сферу освіти. За даними Беккера, віддача вищої освіти, наприклад, в США становить від 10 до 20 % [4]. У США вартість складної робочої сили становила на початку 90-х рр. XX ст. майже 400 тис. дол., а науково-технічного працівника – до 800 тис. дол. До цієї вартості зараховують прямі витрати середньої сім'ї на виховання дитини до 18 років, втрачені заробітки матері та працю самого учня, вчителів на його виховання. Відповідно до цього здійснюється й приблизна диференціація заробітної плати. Заробітна плата кваліфікованих робітників приблизно у півтора рази перевищує заробітну плату робітників середньої кваліфікації. Отже, рівень заробітної плати різних категорій найманих працівників наближається до вартості робочої сили, що в середньому адекватно вимогам закономірностей розвитку економіки освіти. Такими закономірностями є встановлення величини заробітної плати та її диференціація залежно від складності робочої сили, її загальноосвітнього й кваліфікаційного рівнів, пропорційність (відносна) величини витрат на формування працездатної людини й суми отриманих у процесі трудової діяльності доходів у співвідношенні 1:3,5-4 (що необхідно для розширеного відтворення робочої сили) [1]. Цей висновок певною мірою корелюється з даними про коефіцієнт віддачі вищої освіти.

В умовах науково-технічного розвитку все більшого поширення набуває така форма організації заробітної плати як плата за знання (залежно від оволодіння працівником суміжною професією). Це зумовлено також тим, що на початку XX ст. знань, набутих у навчальному закладі, вистачало на все життя, а нині – лише на 5-10 років. Це означає, що рівень освіти є важливим чинником нерівності в суспільстві. Існуюча нерівність в оплаті праці висококваліфікованої робочої сили, починаючи з 90-х рр. XX ст. в Україні та розвинутих країнах існує і зараз. Недотримання закономірностей економіки освіти призводить до величезних витрат народних коштів на підготовку кадрів вищої кваліфікації, оскільки значна їх частина (зокрема інженери) працює не за фахом, а ті, що працювали за фахом, лише 20 % свого робочого часу були зайняті суто інженерними справами. Такі ж диспропорції спостерігалися в оплаті робочої сили спеціалістів найвищої кваліфікації – докторів і кандидатів наук [5]. Недотримання закономірностей економіки освіти заподіює народному господарству України величезних збитків. Сформульована вище закономірність економіки освіти свідчить про необхідність встановлення пропорцій (1:3,5 або 1:4) між величиною витрат на формування працездатної людини і сумою отриманою у процесі трудової діяльності заробітної плати.

Формування теоретико-методологічних основ науки економіки освіти в Україні передбачає критичний аналіз концепції "людського капіталу". Західні науковці дотримуються двох основних точок зору на цю проблему. По-перше, прихильники теорії трьох факторів виробництва (Дж. Мілль, Ж.-Б. Сей та ін.) не розглядали саму людину як капітал, стверджували, що ним (капіталом) є лише набуті здібності, які реалізуються у процесі праці [6]. Ця точка зору спира-

лася на положення А. Сміта про належність знань, майстерності й досвіду людей, як і машин, землі, споруд, до основного капіталу суспільства. По-друге, Н. Сеніор, І. Фішер, Л. Вальрас та ін. капіталом вважали саму людину з набутими нею здібностями до праці. Людина, на думку І. Фішера, може належати іншій людині в умовах рабства або сама собі. Тому вченого індивіда він вважав капіталом. Виходячи з цього, Маршалл стверджував, що оскільки сама людина не є товаром, то науково необгрунтованою є і вся теорія «людського капіталу». Шульц людські ресурси без набутих знань ототожнював з природними ресурсами. Але водночас із набуттям освіти, кваліфікації, майстерності праця людини перетворюється на капітал, що означає ототожнення людини з речовим капіталом (засобами праці, землею). Незважаючи на джерела формування цього капіталу (державні, власні, витрати підприємців), його використання контролюють самі власники [1].

Прихильники обох точок зору: по-перше, ототожнюють витрати на освіту, кваліфікацію працівника з капіталом, але з іншого боку вони ігнорують соціально-економічний бік капіталу; по-друге, ігнорують той факт, що витрати на розвиток освіти, набуття кваліфікації формують лише здатність до праці, робочу силу відповідної якості, а не сам капітал. Ця здатність до праці набуває форми капіталу лише за умов перетворення робочої сили на товар, а також у тому разі, коли найманий робітник або службовець працює на капіталістичному підприємстві або в установі. Коли людина працює на власному підприємстві, її здатність до праці перестає бути капіталом, точніше, змінним капіталом; по-третє, розглядають набуті здібності до праці тільки як власність самого працівника незалежно від джерел фінансування таких витрат. Якщо найманий працівник здобув освіту, кваліфікацію лише за рахунок власних коштів (витрат сім'ї), він є їх одноосібним власником тільки на ринку робочої сили. Після здійснення акту купівлі-продажу цієї робочої сили нею у процесі праці розпоряджається частково і капіталіст (разом з найманим працівником). Якщо освіта, отримання кваліфікації фінансувалися державою або капіталістом (це, як правило, стосується кваліфікації та перекваліфікації працівників) і витрати на освіту перевищували суму вилучених з найманого працівника податків, то вони формально стають співвласниками робочої сили навіть у процесі купівлі-продажу цього специфічного товару, що виражається в обмеженні можливості найманого працівника після набуття ним відповідної кваліфікації вільно розпоряджатися.

Таким чином, індивід є частиною, елементом суспільства. Тому віддача, незалежно від того, хто здійснював витрати на освіту, належить не лише конкретній особі, а й усьому суспільству. Доступність вищих рівнів освіти населенню впливає на розподіл доходів у суспільстві. Вищий рівень зумовлює підвищення продуктивності праці, що проявляється у зростанні індивідуального доходу працівника: чим вищий рівень освіти працівників, тим вищі потенційні можливості для зростання продуктивності праці у національній економіці й тим більший сукупний дохід суспільства [1, с. 657].

Поняття «вартість навчання» відсутнє у будь-якому словнику. У нашій державі поняття «вартість навчання» не цікавило підприємства, бо всі витрати на підготовку фахівців несла держава. Після появи недержавних навчальних закладів у державних бюджетних освітніх організаціях з'явилося таке поняття, як цільове навчання за програмами підготовки, де частина студентів, навчається на умовах повного відшкодування витрат, тобто оплату за навчання проводиться фізичними або юридичними особами. Виникло питання про необхідність коректного визначення ціноутворення вартості одного учня в освітній організації. У зв'язку з нерівномірним розподілом коштів і додатковим вкладенням бюджетних коштів виникли проблеми, які зумовили перехід на ринкову систему управління [7].

ВИСНОВКИ

Сфера освіти у сучасних умовах повинна орієнтуватися на запити ринку праці, так як ринок освітніх послуг є складовою частиною цього ринку, бо він формує запит на працівників затребуваних спеціальностей. Після переходу на ринкову систему управління відбулися зміни в економічній діяльності закладів вищої освіти нашої країни. Частіше виникає питання у необхідності нової методики розрахунку вартості навчання.

Вартість – економічна категорія, яка виражає втілену та матеріалізовану у товарах та послугах суспільно необхідну працю й економічні відносини між суб'єктами господарської діяльності, що пов'язані суспільним поділом праці й обміном товарами та послугами. В основі вартості товару та послуги – суспільно необхідна праця, її суспільна споживча вартість (корисність) та рідкісність. Якщо перші два фактори відіграють вартісноутворюючу роль для більшості відтворюваних товарів і послуг, то третій фактор має незначний вплив на вартість лише для незначної групи невідтворюваних товарів і послуг, таких як шедеври мистецтва або відтворюваних послуг.

Вважаємо, що до складу вартості здобуття освіти в умовах ринку повинні бути зараховані такі фактори як наявність на ринку товарів-замінників або товарів-субститутів (ці товари знаходяться на різних освітніх рівнях, але найбільш широкий спектр таких товарів на рівні додаткової професійної післявузівської освіти); різноманітність можливостей і напрямків отримуваних послуг; регіональна специфіка ринку та її демографічні фактори.

Список використаних джерел

1. Економічна енциклопедія / відп. ред. С.В. Мочерний. Київ: Видавничий центр "Академія". 2000. Т. 1. 863 с.; 2001. Т. 2, 847 с.; 2002. Т. 3. 952 с.
2. Каленюк І.С. Економіка освіти: навч. посіб. Київ: Знання, 2003. 316 с.
3. Мочерний С.В. Економічна теорія. К.: Вид. центр "Акад.", 2005. 640 с.
4. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективних

фінансово-економічних моделей розвитку вищої школи: монографія / за заг. ред. чл.-кор. НАПН України, д-ра екон. наук., проф. І.М. Гриценка. К., 2015. 236 с. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/9753/1/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB.%D0%BE%D0%B1%D0%B3%D1%80.%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82.%D1%84%D1%96%D0%BD-%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD.%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2.%D0%92%D0%A8-2014.pdf>

5. Економіка, менеджмент, право. Статті та навчальні матеріали. URL: <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/51-e/3284-ekonomika-osviti.html>

6. Трофімчук Т.М. Оцінювання та забезпечення розвитку людського капіталу підприємств: автореф. дис. ... канд. ек. наук: 08.00.04. URL: http://ep3.nuwm.edu.ua/2485/1/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%A2%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%96%D0%BC%D1%87%D1%83%D0%BA.pdf.

7. Дарькіна М.А. Анализ и методика определения стоимости обучения студентов в образовательных организациях высшего образования. Студенческий форум: электрон. научн. журн. 2018. № 10 (31). URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/31/36547>

References

1. *Economical encyclopedia* / ed. S.V. Mochernyi. Kyiv: Vydavnychiy tsentr "Akademiia", 2000. Vol. 1. 863 p. (in Ukrainian)
2. Kalenyuk I.S. *Economics of education*. Kyiv: Znannia, 2003. 316 p. (in Ukrainian)
3. Mochernyi S.V. *Economic theory*. Kyiv: Vyd. tsentr "Akad.", 2005. 640 p. (in Ukrainian)
4. *Theoretical and methodological substantiation of effective financial and economic models of higher education development: monograph* / ed. cor.-member NAPN of Ukraine, doctor ekon. sciences, prof. I.M. Hryshchenko. Kyiv, 2015. 236 p. URL: <http://lib.iitta.gov.ua/9753/1/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB.%D0%BE%D0%B1%D0%B3%D1%80.%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82.%D1%84%D1%96%D0%BD-%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD.%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2.%D0%92%D0%A8-2014.pdf> (in Ukrainian)
5. *Economics, management, law*. URL: <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/51-e/3284-ekonomika-osviti.html> (in Ukrainian)
6. Trofimchuk T.M. *Assessment and development of human capital of enterprises: thesis diss. ... cand. econ. sciences: 08.00.04*. URL: http://ep3.nuwm.edu.ua/2485/1/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%A2%D1%80%D0%BE%D1%84%D1%96%D0%BC%D1%87%D1%83%D0%BA.pdf (in Ukrainian)
7. Darkina M.A. *Analysis and methodology of determining the cost of student education in higher education educational organizations*. Student's forum. 2018. № 10 (31). URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/31/36547> (in Russian)

ЗАВРАЖНИЙ

Костянтин Юрійович

УДК 338.24



аспірант, Сумський державний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

IMPROVEMENT OF CLASSIFICATION OF COMMUNICATION BUSINESS PROCESSES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.4.4>*ZAVRAZHNYI Kostiantyn Yuriiovych – postgraduate student, Sumy State University*

У статті досліджено підходи вітчизняних і закордонних науковців до систематизації бізнес-процесів. Удосконалено класифікацію комунікаційних бізнес-процесів промислових підприємств у частині виокремлення нової класифікаційної ознаки «За об'єктами впливу», що надає можливість деталізувати різновиди комунікаційних бізнес-процесів, конкретизувати їх сутність, впроваджувати нові бізнес-процеси та моделювати їх в контексті цифрових трансформацій бізнесу. Ці пропозиції дозволяють у подальшому формалізувати процес їх урахування на промислових підприємствах та управління ними.

* * *

В статье исследованы подходы отечественных и зарубежных ученых к систематизации бизнес-процессов. Усовершенствована классификация коммуникационных бизнес-процессов промышленных предприятий в части выделения нового классификационного признака «По объектам влияния», что дает возможность детализировать разновидности коммуникационных бизнес-процессов, конкретизировать их суть, внедрять новые бизнес-процессы и моделировать их в контексте цифровых трансформаций бизнеса. Эти предложения позволяют в дальнейшем формализовать процесс их учета на промышленных предприятиях и управления ими.

* * *

Introduction. In the conditions of globalization of the world markets and development of the information economy, when digitalization enters an active phase of development, domestic industrial enterprises face systemic challenges that require them to introduce new forms and methods of management, modern (digital) technologies, including in communication activities.

The purpose of the paper is to improve the classification of communication business processes of industrial enterprises.

Results. The research of approaches of domestic and foreign scientists to the systematization of business processes is conducted. The features by which scientists mostly classify business processes are highlighted. The necessity of improving the classification of communication business processes of industrial enterprises in the context of implementing digital business transformations is substantiated. It is proposed to distinguish a new classification feature "By Objects of Impact", which made it possible to detail the varieties of communication business processes, to specify their essence, to introduce new business processes and to model them in the context of digital business transformations. The business environment of an industrial enterprise, as it is generally accepted, is divided into external and internal environments. Objects of influence of industrial enterprise in the external environment, which are directly related to communication business processes, include: the public, buyers / consumers, competitors and market conditions. The objects of influence of industrial enterprise in the internal environment include: organizational structure of management, personnel, technology, production and finances.

Conclusion The presented suggestions and recommendations for improving the classification of communication business processes of industrial enterprises allow to further formalize the process of their accounting and management. The results of the study can be used in the practical activities of business entities in improving / shaping their communication policy, and also form the basis for further methodological research.

Ключові слова: комунікаційні бізнес-процеси, промислові підприємства, класифікація, цифрові трансформації

Ключевые слова: коммуникационные бизнес-процессы, промышленные предприятия, классификация, цифровые трансформации

Keywords: communication business processes, industrial enterprises, classification, digital transformations

ВСТУП

В умовах глобалізації світових ринків та розвитку інформаційної економіки, коли цифровізація вступає в активну фазу розвитку, перед вітчизняними промисловими підприємствами постають системні виклики, що вимагають від них впровадження нових форм і методів господарювання, сучасних (цифрових) техно-

логій, у т.ч. й у комунікаційній діяльності. Отже, дослідження класифікації комунікаційних бізнес-процесів є актуальним, як у теоретичному, так і з практичного сенсу.

Теоретичні та методологічні аспекти бізнес-процесів загалом та комунікаційних бізнес-процесів зокрема досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Б. Андерсен [1], О.І. Андрусак [2], В.В. Божкова

[3], О.В. Кірев [4], М. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедури [5], Г. Почепцов [6], Т.О. Примак [7], О.В. Прокopenко [8], М. Портер і В. Міллар [9], Л.І. Нечаюк і Н.О. Телеш [10] та ін.

Зокрема, Л.І. Нечаюк і Н.О. Телеш відзначають, що комунікаційні бізнес-процеси є невід'ємною складовою сучасної діяльності. Так, дослідження свідчать, що менеджери 50-90 % робочого часу витрачають на комунікаційні процеси. Керівники різних рівнів займаються цим постійно, щоб реалізувати свою роль у міжособистісних відносинах, інформаційному обміні, у процесах прийняття рішень, плануванні, організації, мотивації й контролю. Саме тому, що обмін інформацією входить до всіх видів управлінської діяльності, комунікацію називають процесом, який поєднує частини підприємства в одне ціле. Якщо ліквідувати комунікацію, то підприємство перестане бути керованим і його діяльність набуде хаотичного, некоординованого характеру [10].

Недоліком наявних досліджень комунікаційних бізнес-процесів, на наш погляд, є їх розгляд лише у контексті спеціалізації автора-науковця. Тобто в умовах цифрових трансформацій бізнесу, коли комунікаційні бізнес-процеси необхідно розглядати комплексно, їх аналізують лише з позицій або менеджменту, або маркетингу, або економіки, або інформаційно-комунікаційних технологій.

Бізнес-процеси підприємств докладно систематизовані вітчизняними і закордонними науковцями, які майже одноставні у визначенні їх класифікаційних ознак. Однак, на наш погляд, не достатньо опрацьованим залишається аналіз бізнес-комунікацій, як сукупності системи зв'язків, незважаючи на те, що у практичній діяльності суб'єктів господарювання вони мають надзвичайно важливе значення.

Тож, **МЕТОЮ** роботи є вдосконалення класифікації комунікаційних бізнес-процесів промислових підприємств.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення цілей дослідження використаний теоретичний аналіз інформаційних джерел, методи аналізу, синтезу та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Система бізнес-комунікацій підприємства є найголовнішим елементом управління підприємством, у рамках якої будується її структура, відбувається взаємний обмін інформацією як в її середині, так і з її зовнішніми об'єктами впливу [4].

І.В. Ліганенко констатує, що один з рівнів управління розвитком підприємства можна визначити як комунікаційно-організаційно-фінансовий. Управління розвитком, на її думку, здійснюється за рахунок управління комунікаціями (внутрішніми та зовнішніми), організаційною базою та фінансовими потоками [11]. Отже, роль комунікаційних бізнес-процесів складно переоцінити.

Науковці класифікують комунікаційні бізнес-процеси відповідно до сфер досліджень (з позицій управління, маркетингу, інформатизації тощо). Так, Г. Почепцов під комунікацією розуміє процеси перекоду-

вання вербальної в невербальну і невербальної у вербальну сфери [6]. Т.О. Примак визначає маркетингові комунікації як діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання і нагадування цільовій аудиторії про свої товари, стимулювання їх збуту, створення позитивного іміджу фірми у суспільстві та налагоджування тісних взаємовигідних партнерських стосунків між підприємством і громадськістю, а також оцінювання ринкової ситуації через зворотний інформаційний потік з метою адаптації цілей фірми до ситуації, яка склалася [7]. Отже, Г. Почепцов і Т.О. Примак аналізують комунікації з позицій маркетингу.

Л.І. Нечаюк і Н.О. Телеш зазначають, що на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу здійснюється такі комунікаційні процеси як: міжрівневі комунікації; комунікації між керівниками й робочими групами; комунікації між підприємствами та зовнішнім середовищем [10].

М. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедури визнають комунікації всепроникаючим і складним процесом і виділяють: 1) комунікації між організацією та її середовищем; 2) комунікації між рівнями і підрозділами [5].

Є.А. Третьякова констатує, що до системи бізнес-комунікацій входять внутрішні потоки та зовнішні потоки. На думку Є.А. Третьякової, система бізнес-комунікацій, яка включає всі входи та виходи, як первинні та вторинні, є важливим елементом управління ефективністю господарською діяльністю, сприяє виявленню слабких сторін та виробленню правильних управлінських рішень стосовно її належного забезпечення [12].

О.В. Кірев бізнес-комунікації підприємства класифікує за такими ознаками: за місцем здійснення бізнес-комунікації; за параметрами суб'єктів комунікації; за кількістю сторін-учасників комунікації; за джерелами регулювання процесу комунікації; за умовами і обставинами, в яких перебувають системи, що спілкуються; за цілями спілкування; за зовнішніми ознаками цілей комунікації; за предметом спілкування; за засобами спілкування; за часом спілкування; за відношенням до партнера; за ступенем завершеності спілкування; за простором спілкування; за специфікою, що впливає на зміст, процеси, параметри комунікацій [4].

Отже, Л.І. Нечаюк і Н.О. Телеш, М. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедури, Є.А. Третьякова, О.В. Кірев розглядають комунікаційні бізнес-процеси з позицій менеджменту.

Підсумовуючи вищевикладене, систематизуємо комунікаційні бізнес-процеси промислових підприємств за ознаками, виокремлюваними вітчизняними і закордонними науковцями (рис. 1). Це дозволяє визначити схожість і відмінності між явищами, можливість застосування знань з інших областей, висувати гіпотези, моделювати процеси.

Проведене дослідження дозволило виділити нову класифікаційну ознаку «за об'єктами впливу», що надає можливість деталізувати різновиди комунікаційних бізнес-процесів та конкретизувати їх сутність у контексті цифрових трансформацій бізнесу.



Рис. 1. Класифікація комунікаційних бізнес-процесів промислових підприємств [складено автором]

Якщо бізнес-середовище промислового підприємства узагальнено розділити на зовнішнє та внутрішнє середовище, які зі свого боку проаналізувати поелементно (відповідно: 1) громадськість, покупці / споживачі, конкуренти, фактори кон'юнктури ринку; 2) організаційна структура управління, персонал, технологія, виробництво, фінанси), то можна конкретизувати завдання комунікацій та різновиди комунікаційних бізнес-процесів, які необхідні для реалізації цих завдань.

ВИСНОВКИ

Отже, за результатами проведеного дослідження відзначимо, що удосконалена автором класифікація комунікаційних бізнес-процесів промислових підприємств (у частині виділення нової класифікаційної ознаки «за об'єктами впливу») надає можливість деталізувати різновиди комунікаційних бізнес-процесів, конкретизувати їх сутність та моделювати в контексті цифрових трансформацій бізнесу.

Результати дослідження можуть бути використані у практичній діяльності суб'єктів господарювання у вдосконаленні / формуванні їх комунікаційної діяльності, а також покладені в основу подальших методологічних досліджень.

Список використаних джерел

1. Андерсен Б. *Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования*. М.: РИА «Стандарты и качество». 2003. 272 с. (Серия «Практический менеджмент»).
2. Андрусак О.І. *Особенности бизнес-коммуникаций у системі міжнародних економічних відносин. Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 12. С. 26-35. URL: http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Aktualni-problemy-ekonomiky/Akt-prob-ekonomiky-2009-12/Akt-prob-ekonomiky-2009-12_26-35.pdf
3. Bozhkova V., Shypulina Yu., Bozhkov D. *Influence of modern globalization challenges on communication activities of business entities*. Mind Journal. 2019. № 7.
4. Кіреєв О.В. *Типологія бізнес-комунікацій інноваційно-*

активного промислового підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2014. № 4. С. 39-46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2014_4_8

5. Мескон М., Майкл А., Франклин Х. *Основы менеджмента* Москва: Изд-во "Дело", 1997. 704 с.

6. Почецов Г. *Теория коммуникации*. Из-во "Ваклер", 2001.

7. Прымак Т.О. *Маркетинг*. К.: МАУП, 2004. 228 с.

8. *Business process efficiency in a digital economy* / O. Prokopenko et al. *International Journal of Management (IJM)*. 2020. Vol. 11. Issue 3. pp. 122-132. URL: <http://www.iaeme.com/ijm/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=3>

9. Porter M., Millar V. *How Information Gives You Competitive Advantage*. *Harvard Business Review*, 1985. 145 p.

10. Нечайук Л.І., Телеш Н.О. *Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент*. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 348 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/nechauk.htm

11. Ліганенко І.В. *Маркетингова стратегія в управлінні розвитком підприємства за умови стратегічних змін*. *Ефективна економіка*. 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3370>

12. Третьякова Є.А. *Система бізнес-комунікацій підприємства*. Третья научно-практическая конференция "Социально-экономические реформы в контексте европейского выбора Украины" (20-21 апреля 2006 г.). URL: http://www.confcontact.com/apl/7_Tretyakova.php

References

1. Andersen B. *Business processes. Tools for improvement*. Moscow: RIA "Standards and Quality". 2003. 272 p. (Series "Practical Management") (in Russian)

2. Andrusiak O.I. *Peculiarities of business communications in the system of international economic relations. Current problems of economy*. 2009. №12. pp. 26-35. URL: [http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Aktualni-problemy-ekonomiky/Akt-prob-ekonomiky-2009-12/Akt-prob-ekonomiky-](http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Aktualni-problemy-ekonomiky/Akt-prob-ekonomiky-2009-12/Akt-prob-ekonomiky-2009-12_26-35.pdf)

[2009-12_26-35.pdf](http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Aktualni-problemy-ekonomiky/Akt-prob-ekonomiky-2009-12_26-35.pdf) (in Ukrainian)

3. Bozhkova V., Shypulina Yu., Bozhkov D. *Influence of modern globalization challenges on communication activities of business entities*. *Mind Journal*. 2019. № 7.

4. Kiriev O.V. *Typology of business communications of innovative active industrial enterprise*. *Economy. Management. Business*. 2014. № 4. pp. 39-46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2014_4_8 (in Ukrainian)

5. Meskon M., Maykl A., Franklin H. *Fundamentals of management* Moscow: Publishing house "Delo", 1997. 704 p. (in Russian)

6. Pocheptsov G. *Theory of communication*. PH "Wackler", 2001. (in Russian)

7. Prymak T.O. *Marketing*. Kyiv: MAUP, 2004. 228 p. (in Ukrainian)

8. *Business process efficiency in a digital economy* / O. Prokopenko et al. *International Journal of Management (IJM)*. 2020. Vol. 11. Issue 3. pp. 122-132. URL: <http://www.iaeme.com/ijm/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=3>

9. Porter M., Millar V. *How Information Gives You Competitive Advantage*. *Harvard Business Review*, 1985. 145 p.

10. Nechaiuk L.I., Telesh N.O. *Hotel and restaurant business: management*. Kyiv: Center for Educational Literature, 2003. 348 p. URL: http://tourlib.net/books_ukr/nechauk.htm (in Ukrainian)

11. Lihanenko I.V. *Marketing strategy in the management of enterprise development under the conditions of strategic changes*. *Effective economy*, 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3370> (in Ukrainian)

12. Tretyakova Ye.A. *The system of business communications of the enterprise*. Third Scientific and Practical Conference "Social and Economic Reforms in the Context of the European Choice of Ukraine" (April 20-21, 2006). URL: http://www.confcontact.com/apl/7_Tretyakova.php (in Ukrainian)

БОНДАРЕНКО
Ольга Михайлівна

УДК 657.21

МАСЮК
Ірина Ігорівна
i0631097180@gmail.com

**ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІНІМІЗАЦІЇ
ДЕБІТОРСЬКОЇ І КРЕДИТОРСЬКОЇ
ЗАБОРГОВАНІСТІ ТА УПРАВЛІННЯ
НИМИ**

**WAYS TO IMPROVE MINIMIZATION OF
RECEIVABLES AND PAYMENTS AND
MANAGEMENT BY THEM**

к.е.н., доцент, Національний
авіаційний університет

студентка, Національний
авіаційний університет

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.4.5>

BONDARENKO Olga Mykhailivna – PhD in Economics, Associate Professor, National Aviation University

MASIUK Iryna Ihorivna – student, National Aviation University

На сьогодні кожен суб'єкт господарювання стикається з дебіторською та кредиторською заборгованістю. Бувають випадки, коли заборгованість стає простроченою. Підприємство не може погасити свої борги через те, що дебітори не повертають свою заборгованість. Насправді дебіторська і кредиторська заборгованість тісно пов'язані між собою, що зі свого боку негативно впливає на структуру балансу та фінансові показники будь-якого контрагента. У статті розглянуто випадки виникнення заборгованостей та шляхи подолання (зменшення) дебіторської та кредиторської заборгованості.

* * *

На сегодня каждый субъект хозяйствования сталкивался с дебиторской и кредиторской задолженностью. Бывают случаи, когда задолженность становится просроченной. Предприятие не может погасить свои долги из-за того, что дебиторы не возвращают свою задолженность. На самом деле дебиторская и кредиторская задолженность тесно связаны между собой, что в свою очередь негативно влияет на структуру баланса и финансовые показатели любого контрагента. В статье рассмотрены случаи возникновения задолженностей и пути преодоления (уменьшение) дебиторской и кредиторской задолженности.

* * *

Introduction. *To date, every entity has faced accounts receivable and payable. There are times when debt becomes overdue. An entity cannot repay its debt because debtors do not repay their debt. In fact, receivables and payables are closely linked, which in turn has a negative effect on the balance sheet and financial performance of any counterparty. This article discusses cases of arrears and ways of overcoming (reducing) accounts receivable and payables.*

The purpose of the paper *is to study the factors that influence the increase in accounts receivable and payable within the internal and external activities of the enterprise.*

Results. *In today's economic environment, a large number of Ukrainian enterprises went bankrupt and liquidated because they were unable to pay their debt to creditors. Also this situation arose due to a certain amount of cash, which was in circulation and in time did not enter the current account of the enterprise for payment of accounts payable. On the balance sheet receivables and payables account for a large percentage of both their and others' debt. We'll look at how and under what conditions debt can be reduced.*

Conclusion. *It is advisable to balance receivables and payables in order to control the debt at the enterprise. The constant cash flow should not stop. The debt of the debtors goes to pay off the debt to the creditors. The optimal ratio is when the accounts payable exceeds accounts receivable by 10-20%.*

Ключові слова: заборгованість, дебітори, кредитори, зобов'язання, мінімізація, ризик

Ключевые слова: задолженность, дебиторы, кредиторы, обязательства, минимизация, риск

Keywords: debt, debtors, creditors, liabilities, minimization, risk

ВСТУП

У сучасних умовах господарювання велика кількість підприємств України збанкрутіли та ліквідувалися, оскільки не спроможні були оплатити заборгованість перед кредиторами. Також така ситуація виникла через певну суму грошових коштів, яка заходила в обігу і вчасно не потрапила до поточного рахунку підприємства для оплати кредиторської заборгованості. На балансі підприємств дебіторська і кредиторська заборгованості становлять великий відсоток як свого, так і чужого боргу. Ми розглянемо, яким чином і за яких умов можна зменшити суму боргових зобов'язань.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У цій статті теоретична основа опирається на наукові дослідження, періодичні видання, дані статистики, законодавчі акти та нормативні документи Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України та Президента України на економічну тему. Для проведення дослідження було використано методи діалектичного синтезу та аналізу, історичний та логічний підходи.

МЕТА роботи – вивчення факторів, які впливають на збільшення дебіторської та кредиторської заборгованості у межах внутрішньої та зовнішньої діяльності підприємства.

РЕЗУЛЬТАТИ

На сьогодні підприємства України знаходяться у стані загострення розрахунків з дебіторами та кредиторами, що значною мірою впливає на фінансовий стан підприємства. Контроль заборгованості відіграє важливу роль у діяльності кожного підприємства. Для того щоб зрозуміти як управляти дебіторською та кредиторською заборгованістю, розглянемо їх поняття керуючись законодавчими документами України.

Дебіторська заборгованість у балансі підприємства є фінансовим показником господарської діяльності, який зі свого боку визначає наступні показники: ліквідність та платоспроможність. Також це заборгованість дебіторів перед суб'єктом господарювання, яка має вигляд наданого споживчого кредиту та комерційного кредиту у грошовому вигляді покупцям, також можливий варіант передплати постачальникам, у них підприємство на основі майнового права може вимагати здійснити оплату боргу.

Згідно Положення (стандарту) бухгалтерського обліку (далі - П(С)БО) 10 «Дебіторська заборгованість» – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. Дебіторська заборгованість визнається активом, якщо існує ймовірність отримання підприємством майбутніх економічних вигод та може бути достовірно визначена її сума. Дебіторами є як юридичні, так і фізичні особи, які заборгували підприємству грошові кошти, їх еквіваленти або інші активи [1].

Дебіторська заборгованість може утримуватися суб'єктом господарювання до закінчення терміну погашення, також призначатися для перепродажі, яка принесе прибуток підприємству за допомогою роялті, дивідендів і відсотків.

Майже кожне підприємство має у розпорядженні запозичені кошти, тобто кредиторську заборгованість. З погляду фінансової стабільності кредиторська заборгованість є джерелом для формування грошових засобів для суб'єкта господарювання і являється складовою господарських операцій. Часто підприємство позичає кошти і залучає їх в обіг для погашення старих зобов'язань. Так як кошти не використовуються у виробничих цілях – це впливає на фінансовий результат. Існує думка, що підприємство має позитивну стійкість, якщо у процесі своєї діяльності користується власним капіталом.

У більшості випадків суб'єкти господарювання допускають помилки в управлінні кредиторською заборгованістю, що пов'язано з невиплатою боргів.

Підприємства у разі отримання коштів для обігу найперше намагаються їх використати на власні потреби, і не поспішають виплачувати заборгованість кредиторам. Згідно з нормативною базою немає конкретного закону, який би примушував оплатити власні договірні зобов'язання, і це дозволяє ухилятися від боргових зобов'язань.

На володіння оборотними коштами помітно впливає наявність заборгованості перед кредиторами. Тривалий період погашення надає підприємству можливість на короткостроковий кредит. Термін, форму і суму до оплати зазвичай підприємство обирає самостійно, але якщо це розрахунок з такими фінансовими установами, як банки, страхові організації, або виплати до бюджету, то підприємства намагаються вчасно виплатити борг. Щоб уникнути штрафних санкцій,

або навіть кримінального провадження. У такому випадку останні, хто отримує виплачену суму, це постачальники і підрядники, тобто фактично вони несуть відповідальність за неспроможність підприємства оплатити свої борги.

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначено, що зобов'язання – це заборгованість підприємства, що виникла внаслідок минулих подій і погашення якої у майбутньому, як очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди [2].

Внаслідок отримання кредитів, які є видом зобов'язань, виникає кредиторська заборгованість [3].

З погляду права кредиторська заборгованість є частиною майна суб'єкта господарювання, тобто предметом правовідносин між підприємством та іншою стороною, кому організація винна кошти. Підприємство має право володіти і використовувати блага кредитора, але воно має обов'язково оплатити, або повернути запозичену частину майна кредиторам.

Отже, кредиторська заборгованість має дві ознаки. Перша – це певна частина майна, що належить на правах володіння підприємству, а друга – це заборгованість організації перед кредиторами, згідно з договором вони можуть вимагати повернення боргів.

У проведенні аналізу підприємств було досліджено, що збільшується частка дебіторської та кредиторської заборгованості у структурі та динаміці балансу, що призводить до пошуку шляхів управління заборгованостями і потребує вжити певних заходів.

У перелічених випадках: коли збільшується дебіторська заборгованість суб'єкта господарювання; термін, за який заборгованість дебіторів переростає у грошові кошти; зменшується періодичність її обертів – це все свідчить про неплатоспроможність дебіторів, ліквідацію чи банкрутство, наявні проблеми збуту, непродуману і нерациональну політику стосовно своїх покупців. Названі події не завжди доцільно сприймати як негативні, тому що нормальна заборгованість, не прострочена, не призведе до фінансових труднощів підприємство. Тобто це зменшення фінансових активів, додаткові витрати, зменшення фінансового прибутку і також виникнення ризику не виплати боргу. Також негативні фактори можуть відображати послаблений контроль підприємством політики збуту продукції для розширення ринку. Кошти, які не доступні підприємству, через неповернення заборгованості від дебіторів, не повинні довгий час бути недоступними, тому що це призведе до уповільнення оборотності капіталу, зменшить фінансову стійкість підприємства. Чим більший кругообіг коштів у дебіторів, тим швидше вони будуть їх виплачувати у ваше підприємство, що призведе до росту ліквідності оборотних активів.

Основні положення, яких повинно дотримуватися підприємство в управлінні дебіторською заборгованістю, це як мінімізувати розмір не повернутих коштів, особливо прострочену заборгованість. Зменшення терміну інкасації боргу задля зростання прибутку. Насамперед приділити увагу найбільшим та найдавнішим сумами, особливо якщо минув термін позивної давності необхідно вжити заходів.

Є декілька методів, як змусити дебітора повернути

борги.

1. Психологічний. Розповсюдити інформацію між постачальниками, які мають безпосередній зв'язок із фірмою, розіслати нагадування поштою і зробити телефонні дзвінки.

2. Юридичний. Звернутися до правоохоронних органів, подати позов до суду. Провести претензійну роботу.

3. Фізичні. Процес арешту майна.

4. Економічні. Введення штрафних санкцій (пеня, штраф, неустойка) за несвоєчасну оплату, відмова від надання послуг або постачання товару, передача під заставу майна чи майнових прав.

Якщо підприємство буде надавати знижки для оплати заборгованості у разі зменшення терміну її погашення, це буде спонукати їх до прискореної оплати рахунку. Даний метод використовується часто у високорозвинутих країнах, тому що, краще надати знижку і зменшити борг, чим втратити певну суму на реалізовану продукцію через інфляцію. Під час вивантаження товарів також можна застосовувати передоплату, проводити розрахунки за допомогою комерційних векселів, що дозволять здобути деякий відсоток за відстрочку оплати, застосувати механізм факторингу, який передбачає надання підприємством прав банку на отримання грошового розрахунку за допомогою платіжного доручення на товари і послуги, в обмін на основну частину боргу, термін якої минув, або є поточним. Якщо підприємство буде використовувати перераховані заходи, то це призведе до зменшення заборгованості дебіторів, допоможе використовувати дебіторську заборгованість в оборотах інвестиційної і операційної діяльності, що призведе до збільшення виручки підприємства.

Вкажемо основні події, які повинні відбутися на підприємстві для мінімізації дебіторської заборгованості.

1. Визначення рівня ризику несплати дебіторами своїх рахунків, поглиблений аналіз їх платоспроможності, фінансового стану, встановлення певних стандартів їх оцінки та ведення картотеки боржників.

2. Збільшення числа споживачів, що зменшить ризик несплати значним одним чи кількома покупцями, визначення кількості потенційних дебіторів.

3. Вчасне визначення заборгованості, яка є сумнівною.

4. Своєчасне оформлення та надання розрахункових документів.

5. Здійснення претензійної роботи у співпраці з юридичною службою.

6. Припинення відносин з дебіторами, які є порушниками платіжної дисципліни.

7. Систематичне здійснення інвентаризації заборгованості [3].

Для управління дебіторською заборгованістю, підприємство повинно встановити граничний розмір та термін погашення заборгованостей, дотримуватися їх, та створити чіткий план. Потрібно контролювати оптимальний розмір боргу, щоб не виникла ситуація з обмеженням фінансових ресурсів і не виникли проблеми з своїми кредиторами за зобов'язаннями, також не вплинуло на постійний процес виробництва продукції. А для простроченої заборгованості розробити окрему стратегію стягнення боргів і дотримуватися її.

Збільшення кредиторської заборгованості суб'єкта господарювання, інтенсивність її обертів, свідчить про

нестабільний фінансовий стан підприємства, фінансові труднощі, зменшення ефективного керівництва, показники не кредитоспроможності, що складає фінансовий ризик для інвесторів і кредиторів. У разі збільшення періоду погашення заборгованості перед постачальниками підприємство погіршує свій діловий імідж, виникає ризик погіршення продуктивності праці робітників, штрафні санкції зі сторони держави. У випадках покриття заборгованостей за рахунок залучення кредитних коштів ситуація призведе до повернення більшої суми заборгованості у майбутньому, тобто ще й відсотки, комісії, пеня, особливо, якщо це фінансові установи.

Ефективне управління кредиторською заборгованістю є одним із головних вимог успішного функціонування підприємства в умовах сучасного ринку. Правильна стратегія з управління кредиторською заборгованістю допоможе ліквідувати негативні наслідки. Також це допоможе залучити додаткові фінансові ресурси.

Для курування потоку кредиторських заборгованостей необхідно керуватися трьома правилами.

1. Під час формування договору уточнити про виплату заборгованості сплатити найменшу суму відсоткових виплат.

2. Під час оформлення кредиту у фінансових установах керуватися найбільш вигідною пропозицією.

3. Не допускати виникнення простроченої заборгованості.

Кредиторську заборгованість можна як оптимізувати, так і мінімізувати. Найбільш продуктивним рішенням є її мінімізація, тобто зменшення заборгованості перед кредиторами.

Для правильного управління заборгованістю необхідно розраховувати на майбутнє розмір боргу кредиторів. Підприємство необхідно здійснювати контроль заборгованості, особливо простроченої. У разі зменшення власної дебіторської заборгованості зменшується і кредиторська заборгованість. За допомогою аналітичного обліку порахувати уявний термін погашення звичайної заборгованості та утворення простроченої. На великих підприємствах доцільно створити відділ за контролем дебіторської та кредиторської заборгованості.

Основні шляхи мінімізації дебіторської та кредиторської заборгованості на підприємстві.

1. Розрахунок виникнення в майбутньому дебіторської та кредиторської заборгованості, проведення аналізу поставок та документальне оформлення актів і рахунків.

2. Встановлення кредитної політики та періоду інкасації як для груп дебіторів так і кредиторів.

3. Аналіз, сортування та дослідження дебіторів та кредиторів відповідно до розміру закупівлі, процесу оплати рахунків, кредитної історії, конкуренції товару на ринку пропозицій.

4. Проведення щорічної звірки взаєморозрахунків з дебіторами і кредиторами, що підтверджено документально.

5. Контроль та зменшення вартості безнадійних боргів.

6. Встановлення таких умов для продажу, які дають гарантію повернення коштів.

ВИСНОВКИ

Для контролю заборгованість на підприємстві є доцільним збалансування дебіторської та кредиторської заборгованості. Постійний кругообіг грошових коштів не повинен зупинятися. Заборгованість дебіторів іде на погашення заборгованості перед кредиторами. Оптиміальне співвідношення – це коли кредиторська перевищує дебіторську заборгованість на 10-20 %.

Суттєве зменшення заборгованості у структурі балансу можливе за дотримання шляхів мінімізації дебіторської та кредиторської заборгованості, також це допоможе уникнути фінансових втрат. Удосконалення контролю на підприємстві за дебіторською та кредиторською заборгованістю покращить фінансові показники і позитивно вплине на процес виробництва.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість", затверджене наказом Міністерства фінансів від 08.10.99 № 237. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>.

show/z0725-99.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання», затверджене наказом Міністерства фінансів від 31.01.2000 р. № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>.

3. Вірстюк Н.В. Удосконалення системи обліку та управління дебіторської заборгованості на сучасному етапі. Київ: Правда, 2011. 160 с. URL: http://www.rusnauka.com/13_NMN_2011/Economics/7_86543.doc.htm.

References

1. Regulation (standard) of accounting 10 "Receivables", approved by the order of the Ministry of Finance of 08.10.99 № 237. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>. (in Ukrainian)

2. Regulation (standard) of accounting 11 "Obligations", approved by the order of the Ministry of Finance of 31.01.2000 № 20. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>. (in Ukrainian)

3. Virstjuk N.V. Improvement of the system of accounting and management of receivables at the present stage. Kyiv: Pravda, 2011. 160 p. URL: http://www.rusnauka.com/13_NMN_2011/Economics/7_86543.doc.htm.

БУЛКОТ

Ганна Вікторівна
Purcanna@ukr.netк.е.н., доцент, Київський
національний економічний
університет імені Вадима
Гетьмана

УДК 657.633:658.77/78.(477)

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ
КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЗА
РОЗРАХУНКАМИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ
ТА ПІДРЯДНИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ,
УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИFEATURES OF ACCOUNTING AND
ANALYSIS OF ACCOUNTS PAYABLE WITH
SUPPLIERS AND CONTRACTORS AT
ENTERPRISES, INSTITUTIONS,
ORGANIZATIONS OF UKRAINEDOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.4.6>

ІВАНОВА

Людмила Сергіївна
ivanova_181098@ukr.netстудентка, Київський
національний економічний
університет імені Вадима
Гетьмана**BULKOT Hanna Viktorivna** – PhD in Economics, Associate Professor, Kyiv National Economic University after Vadym Hetman**IVANOVA Liudmyla Serhiivna** – student, Kyiv National Economic University after Vadym Hetman

У статті розглянуто поняття кредиторської заборгованості, досліджено теоретичні та практичні підходи до бухгалтерського обліку та аналізу розрахунків з постачальниками та підрядниками. Розроблено рекомендації стосовно вдююконалення обліку розрахунків з контрагентами шляхом запровадження у документообіг аналітичних документів та таблиць, а також запропоновано використання додаткових рахунків для внутрішнього контролю кредиторської заборгованості. Визначені механізми ефективного аналізу для своєчасного реагування поточних зобов'язань, безперебійної роботи та надійності бізнесу.

* * *

В статье рассмотрено понятие кредиторской задолженности, исследованы теоретические и практические подходы к бухгалтерскому учету и анализу расчетов с поставщиками и подрядчиками. Разработаны рекомендации по совершенствованию учета расчетов с контрагентами путем введения в документооборот аналитических документов и таблиц, а также предложено использование дополнительных счетов для внутреннего контроля кредиторской задолженности. Определены механизмы эффективного анализа для своевременного реагирования текущих обязательств, бесперебойной работы и надежности бизнеса.

* * *

Introduction. The amount of accounts payables of an enterprise largely depends on the quality and efficiency of accounting and analysis of settlements with suppliers and contractors. It is an important component for successful cooperation and providing complete, truthful and impartial information on the financial position, company performance and cash flow of the enterprise for making management decisions.

The purpose of this paper is to find ways to improve the accounting and analysis of accounts payable with suppliers and contractors by summarizing the theoretical and practical aspects of the selected topics.

Results. One of the most important components of current liabilities is accounts payable with suppliers and contractors. As practice shows, accounting, analysis and control of payments with counterparties have so far received insufficient attention. We consider it is necessary to improve the accounting of settlements by using additional analytical accounts on terms of debt repayment. Also, the authors propose to introduce an analytical table of control and management of accounts payable, the register of documents for payment and statement of settlements with suppliers and contractors into the accounting system to facilitate the accounting and analysis of settlements. An important element of the management of liabilities to suppliers and contractors is the correct and timely analysis, which is carried out to obtain prompt and objective information on accounts payable. Therefore, it is necessary to conduct a comprehensive financial analysis of accounts payable using various indicators and methods.

Conclusion. Therefore, summarizing all of the above, we can conclude that settlements with suppliers and contractors are an important element of the economic mechanism of any enterprise. At the moment, we are all watching with attention the increased impact of the Coronavirus (COVID-19) outbreak, which has, by now, affected many countries globally, including Ukraine. There is a trend of deterioration of the financial situation of domestic enterprises. This situation is a threat to their future existence. If corporations begin to announce large defaults on payments, businesses stop working and many people lose their jobs, there will be the real catastrophe. Therefore, if businesses want to operate normally and be able to withstand external circumstances, they should reasonably manage accounts payable with suppliers and contractors to be solvent and independent at such a difficult and unstable time.

Ключові слова: постачальники, підрядники, кредиторська заборгованість, зобов'язання, методи, аналіз, оцінка, показники, облік

Ключевые слова: поставщики, подрядчики, кредиторская задолженность, обязательства, методы, анализ, оценка, показатели, учет

Keywords: suppliers, contractors, accounts payable, liabilities, methods, analysis, evaluation, indicators, accounting

ВСТУП

Здійснюючи свою виробничу діяльність, суб'єкти господарювання вступають у розрахункові відносини з іншими підприємствами, організаціями і особами, що призводить до виникнення зобов'язань перед постачальниками та підрядниками.

Обсяг кредиторської заборгованості підприємства значною мірою залежить від якості та ефективності обліку та аналізу розрахунків з постачальниками і підрядниками, що є важливою складовою для забезпечення плідної співпраці та надання повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства для прийняття управлінських рішень.

Проблеми організації, обліку, аналізу та оптимізації розрахунків із постачальниками та підрядниками висвітлено у працях багатьох науковців. Серед вітчизняних учених проблемні аспекти даної теми досліджували Л.М. Братчук, Ф.Ф. Бутинець, П.Я. Хомин, Ю.А. Верига, С.Ф. Голов, М.Ф. Огійчук, В.М. Добровський, О.М. Петрук, О.С. Гудзь, Л.К. Сук, Е.Ф. Югас та ін. Проте, не зважаючи на підвищений науковий інтерес до проблем обліку та аналізу кредиторської заборгованості та значну кількість наукових розробок у цьому напрямі, досі немає комплексного підходу до їх вирішення.

МЕТОЮ статті є пошук шляхів вдосконалення обліку та аналізу кредиторської заборгованості за розрахунками з постачальниками та підрядниками шляхом узагальнення теоретичних та оцінки практичних аспектів обраної тематики.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та теоретичною основою роботи є наукові праці вітчизняних та іноземних фахівців з обліку та аналізу кредиторської заборгованості за розрахунками з постачальниками та підрядниками. Під час написання статті використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: аналізу, синтезу, історичного та теоретичного узагальнення і порівняння – для розкриття сутності кредиторської заборгованості як економічної категорії, визначення проблем та тенденцій розвитку обліку та аналізу кредиторської заборгованості; причинно-наслідкового зв'язку та системного підходу – у вдосконаленні обліку та аналізу розрахунків з постачальниками та підрядниками; абстрактно-логічного та комплексного підходів – для формулювання теоретичних висновків та узагальнень.

Інформаційну базу дослідження становили законодавчі акти України, національні нормативні документи, що регламентують процес бухгалтерського обліку поточної кредиторської заборгованості, її юридично-правове визнання та методи оцінки, теоретичні розробки науковців, монографії, автореферати кандидатських дисертацій, посібники, збірники наукових праць, матеріали наукових конференцій, наукові фахові та періодичні видання, Інтернет-ресурси.

РЕЗУЛЬТАТИ

Для нормального функціонування всіх ланок су-

б'єкта господарювання необхідно мати достовірну інформацію про фінансовий стан підприємства. Принципи формування та обліку інформації про кредиторську заборгованість та вимоги щодо її розкриття у фінансовій звітності визначено у П(С)БО 11 «Зобов'язання» та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Зобов'язання визнається, якщо його оцінка може бути достовірно визначена та існує ймовірність зменшення економічних вигод у майбутньому внаслідок його погашення. Кредиторська заборгованість за термінами погашення поділяється на поточну та довгострокову.

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» зазначено, що поточні зобов'язання – зобов'язання, які будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом дванадцяти місяців починаючи з дати балансу [1, п. 4].

Однією з найбільш суттєвих складових поточних зобов'язань є заборгованість перед постачальниками та підрядниками, яка є зобов'язанням господарюючого суб'єкта перед кредиторами за отримані товарно-матеріальні цінності, основні засоби, нематеріальні активи, роботи (послуги) тощо.

Для узагальнення інформації про розрахунки підприємства з постачальниками і підрядниками використовується рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками». Заборгованість за надані послуги підрядників слід відображати на субрахунку 685 «Розрахунки з іншими кредиторами». Однак, як свідчить практика, ці рахунки не дозволяють отримувати оперативну інформацію для управління фінансово – розрахунковими операціями, оскільки не показують заборгованості за кожним договором, не характеризують поточну заборгованість, термін сплати якої ще не настав, а яка вже – прострочена.

Тож, вважаємо за необхідне вдосконалити аналітичний облік розрахунків шляхом запровадження додаткових номенклатур до рахунку 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками» та субрахунку 685 «Розрахунки з іншими кредиторами» із їх поділом за термінами погашення, що наведено на рис. 1.

За рахунок наданих рекомендацій наведені аналітичні рахунки потрібно і доцільно використовувати як для фінансового планування і аналізу, так і для контролю, зокрема, для своєчасного виявлення протермінованої, сумнівної та безнадійної заборгованості.

Для правильного управління зобов'язаннями підприємства доцільно складати аналітичну таблицю кредиторської заборгованості. Проаналізувавши потреби у інформаційному забезпеченні відносно розрахункових операцій суб'єктів господарювання, виявлено, що основою даної таблиці повинні бути терміни погашення зобов'язань перед контрагентами у розрахунку за кожним постачанням чи наданням послуг, що зі свого боку наведено у табл. 1.

Для більш ретельного контролю розрахунків пропонується використовувати реєстр документів до сплати постачальникам, який наведено у табл. 2.



Рис. 1. Аналітичні рахунки для обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками [сформовано авторами]

Таблиця 1

Аналітична таблиця контролю та управління кредиторською заборгованістю перед постачальниками та підрядниками [сформовано авторами на основі [2]]

№	Постачальник	Номер первинного документу	Дата первинного документу	Назва товару чи послуги	Кредиторська заборгованість перед постачальниками та підрядниками									
					Сума всього, грн.	у т. ч. за термінами погашення, грн.			з неї прострочена			Сума, грн	Причини виникнення	Вжиті заходи
						до 3 міс.	від 3 до 6 міс.	від 6 до 12 міс.	Термін прострочення, міс.					
					до 3 міс.	від 3 до 6 міс.	від 6 до 12 міс.	до 3 міс.	від 3 до 6 міс.	від 6 до 12 міс.				
1	ТОВ «Аргус»	№324/19	12.07.2019	Охоронні послуги	4675,00	1000,00	3675,00	-	2 міс.	-	-	1356,00	Відсутність коштів на рахунок	Взяття кредиту в банку
...														

Таблиця 2

Реєстр документів підприємства до сплати постачальникам [сформовано авторами на основі [3]]

№	Постачальник	Номер первинного документу	Сума заборгованості, грн.	Кінцевий термін оплати	Фактична дата оплати	Фактична сума оплати, грн.	Сальдо, грн.
	Назва товару чи послуги	Дата первинного документу					
1	ТОВ «Аргус»	№324/19	4675,00	12.10.2019	17.09.2019	1000,00	-
	Охоронні послуги	12.07.2019		12.01.2020	03.11.2019	2319,00	1356,00
...							

Використання даної таблиці та реєстру дозволить вітчизняним підприємствам чітко дотримуватися встановлених у договорах строків постачання товарно-матеріальних цінностей (виконання робіт), покращить платіжну дисципліну, знизить ризики прострочення розрахунків та дасть змогу отримувати правдиву та своєчасну інформацію стосовно стану кредиторської заборгованості перед постачальниками та підрядниками для прийняття подальших рішень.

Також для полегшення обліку та аналізу розрахунків пропонується впровадити в облікову систему відомість 3.3 аналітичного обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками, за допомогою якого будуть групуватися всі операції у розрізі кожного контрагента.

Ведення цієї відомості дасть змогу спеціалісту, що відповідає за правильність та своєчасність розрахунків, щодня правильно планувати платіжний баланс і здійснювати своєчасне погашення кредиторської заборгованості [4, с. 182].

Слід наголосити, що важливим елементом управління зобов'язаннями перед постачальниками та підрядниками є аналіз, що здійснюється з метою отримання оперативної та об'єктивної інформації про стан кредиторської заборгованості, яка формується у системі бухгалтерського обліку.

Таким чином, методологія аналізу кредиторської заборгованості призначена для забезпечення управління фінансовим станом підприємства та оцінки його ділових партнерів в умовах ринкової економіки. Оскільки кредиторська заборгованість є показником, що впливає на економічну стійкість, вчені розглядають різні методики її аналізу. Наприклад, такі автори, як В.М. Івахненко, Є.В. Мних, П.Я. Попович, Г.В. Савицька, Т.П. Карлін, А.Р. Маклін використовують одразу декілька класичних методів аналізу кредиторської заборгованості. Основними з них є: методи горизонтального аналізу, за допомогою яких визначаються абсолютні та відносні зміни величин різних статей звітності за попередній та звітний період; методи вертикального аналізу, за допомогою яких дані бухгалтерської звітності стосовно кредиторської заборгованості структуруються за елементами; аналіз відносних показників та коефіцієнтів, за допомогою якого відбувається оцінка показників ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та ділової активності, рентабельності; трендовий аналіз, який базується на складанні тренда поведінки кредиторської заборгованості у певній часовій динаміці; метод фінансових коефіцієнтів, який застосовується для розрахунку рівня і динаміки відносних показників фінансового стану; факторний аналіз, який характеризується оцінкою кредиторської заборгованості і фінансових результатів діяльності підприємства щодо впливу певних факторів (як зовнішнього характеру, так і внутрішніх); прогнозний аналіз, який використовується для цілей визначення можливих значень балансових показників (кредиторської заборгованості) у майбутньому [5, с. 110].

Отже, використання зазначених методів у сукупності дасть можливість детально проаналізувати стан кредиторської заборгованості, ліквідність та фінансову стійкість підприємства. Виявлені у ході такого

аналізу проблеми формування кредиторської заборгованості дозволять виробити оптимальний шлях відносно їх вирішення, що позитивно позначиться на системі управління загалом та обліку і контролю кредиторської заборгованості підприємства зокрема. Розглянувши велику кількість економічних показників для проведення аналізу кредиторської заборгованості за розрахунками з постачальниками та підрядниками, автори даного дослідження пропонують акцентувати увагу на найбільш вживані серед сучасних економістів коефіцієнти, що представлені на рис. 2.

Ми вважаємо, що використання наведених показників допоможе керівникам підприємств різносторонньо досліджувати обсяг своєї кредиторської заборгованості, що, на жаль, на даний момент у більшості випадків ігнорується. Це дасть змогу покращити стан розрахунків з постачальниками та підрядниками, адже суб'єктам господарювання слід постійно стежити за розміром своїх зобов'язань, адже їхні відхилення можуть створювати загрозу фінансової стійкості підприємства і сприяти залученню додаткових засобів, або навпаки призвести до неплатоспроможності. Саме тому необхідно проводити комплексний фінансовий аналіз кредиторської заборгованості за переліченими коефіцієнтами, що дозволить вчасно оптимізувати її величину.

ВИСНОВКИ

Отже, узагальнюючи все вищевикладене, можна зробити висновок, що розрахунки з постачальниками і підрядниками є важливим елементом складного механізму будь-якого підприємства. Кредиторська заборгованість дає змогу підприємству тимчасово користуватися запозиченими коштами, але з іншого боку зменшує показники платоспроможності й ліквідності. Таким чином, для покращення обліку розрахунків підприємства особливу увагу доцільно звернути на такі запропоновані нововведення: вести облік із застосуванням аналітичних рахунків до рахунку 63 «Розрахунки з постачальниками і підрядниками» та субрахунку 685 «Розрахунки з іншими кредиторами», які відображатимуть відстрочену та прострочену заборгованість, а також зобов'язання за майбутніми розрахунками та суми до сплати контрагентам, що дозволить контролювати строки її погашення та буде позитивно впливати на фінансовий стан підприємства; впровадити в облікову систему такий аналітичний документ, як «Відомості розрахунків із постачальниками (підрядниками)», у якому будуть відображатися всі операції в розрізі кожного контрагента; для підвищення контролю за обліком зобов'язань на підприємстві слід використовувати аналітичну таблицю та реєстр документів підприємства до сплати постачальникам, які дадуть змогу контролювати кредиторську заборгованість за кожним постачальником і підрядником та терміни її погашення чи прострочення; проводити постійний аналіз кредиторської заборгованості згідно з самостійно обраною методикою та запропонованими показниками, результати чого дадуть можливість визначити всі відхилення у структурі заборгованості, розробити необхідні заходи стосовно її регулювання та прийняти виважене управлінське рішення для досягнення стратегічних цілей.



Рис. 2. Систематизований перелік показників для проведення аналізу кредиторської заборгованості [сформовано авторами на основі [6]]

Використання цих нововведень буде сприяти зміцненню договірної і розрахункової дисципліни, виконанню зобов'язань із поставок продукції у заданому асортименті та якості, підвищенню відповідальності за дотримання платіжної дисципліни, скороченню дебіторської та кредиторської заборгованості, прискоренню оборотності обігових коштів, а тому покращенню фінансового стану підприємства, збільшенню темпів виробництва та конкурентоспроможності.

Не будемо приховувати, що спалах коронавірусу став серйозним викликом та ударом як для світової економіки, так і для України зокрема. На даний момент спостерігається тенденція до погіршення фінансового стану вітчизняних підприємств, що є загрозою для їхнього подальшого існування. Суб'єкти господарювання не були готові до настільки потужної економічної кризи, що спалахнула на сучасній арені бізнесу. Але справжня катастрофа почнеться, коли

корпорації почнуть масово оголошувати дефолти за виплатами, організації будуть закриватися, рівень безробіття зростатиме. Тож для того, щоб триматися на плаву та бути спроможними протистояти тим обставинам, що склалися довкола нас, необхідно якомога ретельніше управляти кредиторською заборгованістю за розрахунками з постачальниками та підрядниками, аби бути платоспроможними та незалежними у такий досить складний та нестабільний час.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання»: наказ Міністерства фінансів України від 31.01.2000 р. № 20. Дата оновлення: 29.10.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>

2. Владика О.Є. Шляхи вдосконалення обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками. Молодий вчений. 2016. № 12.1. С. 677-681. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_12.1_161

3. Ревизюк І.М., Калюга Є.В. Удосконалення обліку розрахунків з постачальниками. *Економічні науки*. 2013. № 10 (4). С. 185-190.

4. Коновалова К.Т., Макарова А.С. Удосконалення обліку кредиторської заборгованості та методи управління нею. *Причорноморські економічні студії. Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика*. 2018. № 34. С. 181-184.

5. Кусик Н.Л., Шатковська М.С. Управління кредиторською заборгованістю підприємства: обліково-аналітичний аспект. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2019. Т. 18. № 2 (42). С. 105-117.

6. Ступницька Т.М., Маркова Т.Д., Бамбуляк І.М., Кулік Н.М. Кредиторська заборгованість підприємства: оцінка та механізми управління. *Економіка харчової промисловості*. 2018. Т. 10. № 4. С. 66-78.

References

1. On approval of Regulation (standard) of accounting 11 «Obligations»: Order of the Ministry of Finances of Ukraine dated 31.01.2000 p. № 20. Date of update: 29.10.2019. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00> (in Ukrainian).

2. Vladyka O.Y. Ways to improve accounting for payments with suppliers and contractors. *Young scientist*. 2016. № 12.1. pp. 677-681. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_12.1_161 (in Ukrainian).

3. Revyziuk I.M., Kaliuha Y.V. Improvement of accounting of payments with suppliers. *Economic sciences*. 2013. № 10 (4). pp. 185-190. (in Ukrainian).

4. Konovalova K.T., Makarova A.S. Improvement of accounting of accounts payable and methods of its management. *Black Sea Economic Studies. Demography, labor economics, social economy and politics*. 2018. № 34. pp. 181-184. (in Ukrainian).

5. Kusyk N.L., Shatkovskaya M.S. Management of accounts payable of the enterprise: accounting and analytical aspect. *Market economics: modern theory and practice of management*. 2019. Vol. 18. № 2 (42). pp. 105-117. (in Ukrainian).

6. Stupnytska T.M., Markova T.D., Bambuliak I.M., Kulik N.M. Enterprise Accounts Payable: assessment and management mechanisms. *Economics of the food industry*. 2018. Vol. 10. № 4. pp. 66-78. (in Ukrainian).

ФАЙЗОВАСвітлана Олександрівна
faizova8888@gmail.comк.е.н., доцент, Національна
металургійна академія України**ФАЙЗОВА**Ольга Латифівна
faizova4444@gmail.comк.е.н., доцент, зав. кафедри, Національна
металургійна академія України**ГУЦАЛОВА**Вікторія Іванівна
vikagucalova@gmail.comстарший викладач, Національна
металургійна академія України

УДК 657.421.3:005.52

**ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ, ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА****POSITIVE IMAGE AS A KEY FACTOR OF INCREASING THE ENTERPRISE'S COMPETITIVENESS**DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2020.4.7>*FAIZOVA Svitlana Oleksandrivna – PhD in Economics, Associate Professor, National Metallurgical Academy Ukraine**FAIZOVA Olha Latyfivna – PhD in Economics, Associate Professor, Head of department, National Metallurgical Academy Ukraine**HUTSALOVA Viktoriia Ivanivna – Senior Lecturer, National Metallurgical Academy Ukraine*

Статтю присвячено визначенню сутності та ролі корпоративного (ціннісного) іміджу як чинника конкурентоспроможності вартісно орієнтованого підприємства. Актуальність теми обумовлена зростанням ролі нематеріальних активів, іміджу підприємства, у зростанні його ринкової вартості. Мета роботи полягає у вдосконаленні методики оцінки іміджу вартісно орієнтованого підприємства на основі концепції збалансованої системи показників – BSC. Авторами вдосконалено методику оцінки іміджу вартісно орієнтованого підприємства, що на відміну від відомих передбачає розрахунок інтегрального індексу корпоративного іміджу підприємства на основі BSC. Практичне значення запропонованої методики оцінки корпоративного іміджу полягає у визначенні стратегії його корегування та підвищення стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

* * *

Статья посвящена определению сущности и роли корпоративного (ценностного) имиджа как фактора конкурентоспособности стоимостно ориентированного предприятия. Актуальность темы обусловлена возрастанием роли нематериальных активов, имиджа предприятия, в росте его рыночной стоимости. Авторами усовершенствована методика оценки имиджа стоимостно ориентированного предприятия, что, в отличие от известных, предусматривает расчёт интегрального индекса корпоративного имиджа предприятия на основе BSC. Практическое значение предложенной методики оценки корпоративного имиджа заключается в определении стратегии его корректировки и повышения стратегической конкурентоспособности предприятия.

* * *

The article is devoted to defining the essence and role of corporate (value) image as a factor of the value-oriented competitiveness at the enterprise. The relevance of topic is due to growing role of intangible assets, image of the company, in the growth of its market value. Need for further research is connected with the problem of valuation of image. It is also connected with fact that in the highly concentrated basic industries of economy in Ukraine the overwhelming number of enterprises are cost oriented. Purpose of the work is to improve methodology of assessing the image of a value-oriented enterprise based on the concept of Balanced Scorecard - BSC. The system-structural analysis and the method of logical generalization were used to clarify essence and place of image in the structure of intangible assets of the enterprise, factor and economic-mathematical analysis – to form the BSC management panel and to calculate the integral index of corporate image; critical analysis - to compare alternative approaches to form a Balanced Scorecard and role of company image in the implementation of its cost growth strategy. Assessment of the corporate (value) image of a metallurgical value-oriented enterprise is implemented by the normative method of integral evaluation of the investment attractiveness of enterprises and organizations. The Balanced Scorecard - BSC concept, which is emerged as a system of estimation of the cost and efficiency of the enterprise using measuring instruments of material and intangible factors of its value creation, was used as a tool for assessing the corporate (value) image of a metallurgical value-oriented enterprise. The validity of valuing image of a value-oriented enterprise based on the BSC concept is that a positive image of an industrial enterprise produces its future value in the stock market, which allows it to gain an edge over its competitors. The authors have improved the method of estimating the image of a value-oriented enterprise, which, unlike the known ones, involves the calculation of integral index of the corporate image of enterprise on the basis of the Balanced Scorecard. The comprehensive assessment of the indicator takes into account both positive characteristics and reasoning for the choice: significant orientation on expectations of the investment community; the possibility of taking into account contribution of intellectual capital of the enterprise in the creation of its future value; simplicity of calculation and availability of indicator logic perception at all levels of management; the ability to navigate key factors of value creation and value image of the enterprise to lower levels of management. The practical value of the proposed methodology for the assessment of corporate image is to determine the strategy of its adjustment and increase the strategic competitiveness of the enterprise.

Ключові слова: імідж, конкурентоспроможність, інвестиційна привабливість, збалансована система показників

Ключевые слова: имидж, конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность, сбалансированная система показателей

Keywords: image, competitiveness, investment attractiveness, balanced scorecard

ВСТУП

Інноваційний розвиток економіки супроводжується зростанням ролі нематеріальних активів, інтелектуального капіталу підприємства, однією зі складових якого є імідж. На еволюцію категорії «імідж», проблеми його оцінки звертають увагу такі автори, як І. Важеніна [1], А. Колодка [2], В. Пономаренко [3], В. Шкардун [4] та ін. Узагальнення цих поглядів доводить до висновку, що імідж підприємства являє собою комплексне та всебічне поняття. По-перше, імідж підприємства є першоосновою для формування його репутації та бренду, являє собою нематеріальний актив, що відображається у відповідній статті (Intangibles: goodwill) активної частини балансового звіту Північноамериканських і Західноєвропейських компаній у вартісному вираженні. Він також відображається в Балансі (форма № 1) підприємств України в додатковій статті «Гудвіл» [5].

По-друге, імідж підприємства є формою прояву конкурентоспроможності підприємства, з одного боку, а з іншого – зростання сили впливу комунікативних потоків на життя людини, підприємства, держави перетворює імідж підприємства у ключовий фактор його стратегічної конкурентоспроможності [6].

І нарешті ціннісний (корпоративний) імідж виступає як один з інструментів досягнення стратегічних цілей підприємства. Причиною стає глобалізація ринків капіталу, загострення конкуренції за інвестиційний капітал, зростання вартості підприємства, його цінності як основного критерію вибору інвесторів. Основними детермінантами ціннісного іміджу є управлінська досконалість підприємства, результатом якої є зростання його вартості. Це сприяє створенню доброї репутації серед потенційних інвесторів із наступним одержанням позитивного ефекту зростання капіталізації підприємства на фондових ринках.

Необхідність подальших досліджень проблеми оцінки ціннісного іміджу пов'язана з тим, що у висококонцентрованих базових галузях економіки України переважна кількість підприємств є вартісноорієнтованими. Відповідно постає питання щодо удосконалення методики оцінки іміджу вартісноорієнтованого підприємства на основі використання прогресивних міжнародних управлінських практик та технологій на основі аналізу ролі іміджу у створенні вартості підприємства, підвищенні його стратегічної конкурентоспроможності.

Об'єктом дослідження є корпоративний імідж та фактори його формування в умовах вітчизняного металургійного підприємства.

МЕТА роботи полягає у вдосконаленні методики оцінки іміджу вартісноорієнтованого підприємства на основі концепції збалансованої системи показників (ЗСП).

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Використано системно-структурний аналіз та метод логічного узагальнення для уточнення сутності та місця іміджу в структурі нематеріальних активів підприємства, факторний та економіко-математичний аналіз – для формування управлінської панелі ЗСП та розрахунку інтегрального індексу корпоративного іміджу; критичний аналіз – для порівняння альтернативних підходів до формування ЗСП та ролі іміджу підприємства у реалізації стратегії зростання його вартості.

РЕЗУЛЬТАТИ

Результатом аналізу методологічної основи оцінювання іміджу підприємства [1; 4; 7; 8] став висновок щодо необхідності вибору такої методики, яка відповідає меті, особливостям об'єкту та інтересам суб'єктів оцінки іміджу та враховує специфіку вітчизняних підприємств, в тому числі галузеву. Підприємства-лідери вітчизняної металургійної промисловості – це вартісноорієнтовані підприємства. Металургійна промисловість є однією з галузей міжнародної спеціалізації України. Тобто конкурентоспроможність та імідж вітчизняних металургійних підприємств на міжнародних ринках напряму залежать від темпів реструктуризації, ефективності реалізації інноваційних процесів. В умовах загострення конкуренції за інвестиційний капітал провідні металургійні компанії прагнуть до підвищення інвестиційної привабливості в очах потенційних інвесторів.

Отже, за основу оцінки корпоративного (ціннісного) іміджу металургійного вартісноорієнтованого підприємства, ми обрали нормативну методику інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [9]. Вона передбачає визначення фінансово-економічного стану підприємства за даними фінансової звітності і включає в себе розрахунок групи показників, вибір яких залежить від цілей, що ставить перед собою інвестор [9].

Відповідно до цього підходу та оцінки чинників створення вартості металургійного підприємства [10, с. 180] оцінка корпоративного іміджу (інвестиційної привабливості) має враховувати: оцінювання фінансових результатів діяльності, фінансової стійкості та ліквідності; результати аналізу ділової активності й рентабельності; масштаб бізнесу; ринкові показники.

Розглянемо послідовність розрахунку інтегрального індексу корпоративного іміджу вартісноорієнтованого металургійного підприємства. У процесі експертного відбору сформовано первинний склад локальних показників оцінки корпоративного іміджу ТОВ «ДМЗ Комінмет» як вартісноорієнтованого підприємства [11]. За основу їх формування обрана концепція збалансованої системи показників – BSC, яка виникла як система оцінки вартості й ефективності

роботи підприємства, що використовує вимірники матеріальних і нематеріальних факторів створення його вартості. Обґрунтованість оцінки іміджу вартісноорієнтованого підприємства на основі концепції BSC полягає в тому, що позитивний імідж промислового підприємства створює додаткову цінність [12], що дозволяє набувати перевагу над конкурентами.

Цінність або ринкова вартість підприємства з позицій ймовірних покупців – інвестиційного співтовариства – як цінність будь-якого товару – визначається вартістю (джерелом якої є й нематеріальні активи) та корисністю. Корисність для споживачів (фінансових і нефінансових інвесторів) полягає у здатності підприємства продукувати майбутню вартість, тобто вимірюється інтелектуальним капіталом підприємства, вартістю нематеріальних активів, насамперед неідентифікованих. Фактично на таке наголошує й консалтингова компанія Стерна Стюарта, яка у структурі сукупної ринкової вартості підприємства розрізняє поняття поточної вартості («ринкової вартості з позицій незмінності поточного стану справ») та її фактичної ринкової вартості («вартості, що визначається ринком, виходячи з потенціалу підприємства, який забезпечує її зростання у майбутньому») [13, с. 43].

Ринкові показники, що увійшли до таблиці локальних показників оцінки корпоративного іміджу ТОВ «ДМЗ Комінмет», об'єктивно обмежені доходністю акцій, які включені до біржового списку АТ «Фондова біржа ПФТС», як позалістингові цінні папери. Факти лістингу/делістингу акцій підприємства на фондових біржах відсутні. Тобто, сфера застосування ринкових показників саме для аналізу іміджу / інвестиційної привабливості ТОВ «ДМЗ Комінмет» доволі обмежена.

З урахуванням цільової спрямованості використання ЗСП як інструмента оцінки корпоративного іміджу, інтегруючим нефінансовим показником якості управління вартісноорієнтованою організацією обраний «рівень публічності» підприємства, який демонструє «прозорість» потенціалу зростання цінності. Розрахунок рівня публічності здійснено у відсотках на основі оцінки можливості / неможливості отримання необхідної інформації за кожним з оціночних показників та щодо рівня корпоративного управління із відкритих джерел за формулою:

$$P_n = \frac{\sum_{i=1}^k x_i}{2k} \times 100\%, \quad (1)$$

де k – кількість обраних показників; x_i – експертна оцінка можливості отримання інформації за i -м показником із відкритих джерел.

За проекцією «навчання і розвитку» збалансованої системи показників рівень публічності приймає максимального значення 100 % у разі наявності фінансових і нефінансових даних на офіційному сайті підприємства. Одержане відсоткове значення додатково поділяється на «2», якщо доступ до інформації затруднений або заява підприємства про відкритість інформації є декларативною.

У подальших розрахунках інтегрального показника рівня корпоративного іміджу як базисні величини

використовуються або нормативні значення/дані підприємства-аналога, або розрахункові показники даного підприємства за попередній рік.

Визначення оцінки кожного з обраних показників розраховується за формулою:

$$Y_i = \left(\frac{K_i}{N_i} - 1 \right) \times x, \quad (2)$$

де Y_i – оцінка i -го показника; K_i – фактичне значення i -го фінансово-економічного показника; N_i – нормативне (рекомендоване) значення i -го показника; x – приймає значення 1, якщо збільшення значення показника позитивно впливає на імідж підприємства, і «-1» – за негативного впливу.

Оскільки всі обрані показники як індикатори корпоративного іміджу мають різну значущість, а також враховуючи те, що перевищення фактичних значень цих показників над нормативними/рекомендованими позитивно впливає на загальний рівень корпоративного іміджу, формулою статистичної згортки була обрана формула середньозваженої арифметичної для визначення величини інтегрального показника (3):

$$I = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i \times Y_i}{\sum_{i=1}^n \lambda_i}, \quad (3)$$

де λ_i – коефіцієнт значущості i -го показника.

Рівень корпоративного іміджу підприємства тим вищий, чим ближче значення індексу I до 1:

Оскільки знаменник інтегрального показника завжди дорівнює 1, то формула 3 приймає наступний вид:

$$I = \sum_{i=1}^n \lambda_i \times Y_i. \quad (4)$$

Подальша інтерпретація результатів рейтингової оцінки корпоративного іміджу здійснена за рейтинговою шкалою (табл. 1). Вона дозволяє ідентифікувати рівень корпоративного іміджу та конкурентну позицію підприємства за такими критеріями: оцінка інвестиційним співтовариством перспектив зростання вартості підприємства, ступінь зрілості та якість корпоративного управління підприємством, рівень фінансово-економічної ефективності та ймовірність банкрутства, тобто, ступінь ризикованості потенційних інвесторів.

Аналіз за результатами згортки і визначення інтегрального показника згідно з рейтинговою системою виявив задовільний рівень корпоративного іміджу (інвестиційну привабливість) ТОВ «ДМЗ Комінмет» ($I = -0,3058$ за результатами фінансової звітності та даних управлінського обліку за 2017-2018 рр. [11]). Його характеризують такі риси: надійність підприємства викликає підозру, недостатній рівень платоспроможності. Існує певний потенціал зростання ринкової вартості. Необхідна якісна трансформація корпоративної моделі управління. Значна ризикованість. Стосовно управління іміджем – рекомендована стратегія його удосконалення та підвищення рівня всіх його параметрів в тому числі за рахунок впровадження інноваційних управлінських практик, саме ЗСП.

Рейтингова оцінка вартісноорієнтованого підприємства за рівнем корпоративного іміджу

[складено авторами]

Оцінка	Рейтинг	Характеристика	Спрямованість корегування
≥ 0,51	Високий	Високі перспективи зростання ринкової вартості й підвищення доходності цінних паперів. Стратегічноорієнтована компанія із високою якістю корпоративного менеджменту. Стійкий фінансовий стан і висока ефективність роботи підприємства. Мінімальний інвестиційний ризик.	Стратегія підтримки Підвищення рівня параметрів, які отримали нижчі оцінки. Підтримання досягнутого рівня, контроль та постійний моніторинг ситуації.
0,01 – 0,50	Достатній	Фінансово-економічний стан підприємства характеризується стійкістю. Ймовірність банкрутства низька. Рівень корпоративного менеджменту викликає довіру інвесторів. Існують значні резерви для покращення результатів фінансово-господарської діяльності й зростання ринкової вартості. Помірна ризикованість потенційних інвесторів.	Стратегія вдосконалення Показник має перспективи для підвищення, необхідний пошук та аналіз конкретних недоліків та корегувальні дії.
0 – (-0,30)	Задовільний	Надійність підприємства викликає підозру, недостатній рівень платоспроможності. Існує певний потенціал зростання ринкової вартості. Необхідна якісна трансформація корпоративної моделі управління. Значна ризикованість.	Стратегія вдосконалення Показник має позитивний характер, але потребує аналізу та підвищення рівня усіх його параметрів.
-0,31 – (-0,60)	Недостатній	Фінансовий стан підприємства є нестійким. Існує досить висока ймовірність банкрутства. Необхідна розробка комплексної програми оздоровлення підприємства. Високий рівень ризику.	Стратегія створення Показник починає набувати негативного характеру.

ВИСНОВКИ

Розгляд іміджу підприємства як елемента конкурентної переваги означає зміну його місця й ролі серед ресурсів підприємства. У сучасних умовах імідж підприємства стає самостійним стратегічно важливим ресурсом, тому його потрібно вважати однією із конкурентних переваг та важливим стратегічним фактором успіху.

Вдосконалена методика оцінки іміджу вартісноорієнтованого підприємства, що на відміну від відомих передбачає розрахунок інтегрального індексу корпоративного іміджу підприємства на основі збалансованої системи показників. Комплексна оцінка показника враховує як позитивні характеристики та аргументацію вибору: значну орієнтацію на очікування інвестиційного співтовариства; можливість врахування внеску інтелектуального капіталу підприємства у створення його майбутньої вартості; простоту розрахунку та доступність сприйняття логіки показника на всіх рівнях управління; можливість навігації ключових факторів створення вартості та ціннісного іміджу підприємства на нижчі рівні управління.

Список використаних джерел

1. Важенина И.С. Имидж и репутация организации: экономическое содержание, формирование и оценка. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2010. №1. С. 136-142.
2. Колодка А.В. *Организаційно-економічні засади управління іміджем промислового підприємства*: дис. ... канд. екон. наук. Суми, 2016. 207 с.
3. Пономаренко В.С., Ястремська О.О. *Управління іміджем підприємства*: монографія. Х.: Вид-во ХНЕУ, 2012. 240 с.
4. Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. *Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия*. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2001. № 3. С. 68-77.
5. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку № 8 «Нематеріальні активи», затверджений наказом Міністерства фінансів України № 242 від 18 жовтня 1999 р.

URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99>

6. Блинов А.О., Захаров В.Я. *Имидж организации как фактор ее конкурентоспособности. Менеджмент в России и за рубежом*. 2003. № 4. С. 35-44.

7. Ксьондз С.В., Яскал І.В., Мадей І.К. *Концептуальні підходи до кількісного визначення іміджу підприємства*. *Ефективна економіка*. 2013. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1894>

8. Федорова В.А. *Определение обобщенного уровня имиджа предприятия. Проблемы и перспективы развития предприятия*: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. Харків: ХНАДУ. 2016. № 3 (14). Т. 1. С. 92-97.

9. *Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій*: Затв. Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству № 22 від 23.11.1998 р. *Державний інформаційний бюлетень про приватизацію*. 1998. № 7. С. 18-28.

10. Хаустова В.Є., Курочкіна І.Г. *Оцінка вартості бізнесу суб'єктів господарювання (на прикладі металургійної галузі України)*: монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2009. 268 с.

11. Інформація ТОВ «ДМЗ Комінмет». URL: http://dmzkomintet.com.ua/?page_id=2

12. Баканкова Е.М. *Реализация ценностно-ориентированного подхода в управлении имиджем предприятия сферы услуг*: дис. ... канд. экон. наук. Тольятти, 2013. 165 с.

13. Фелпс Б. *Умные бизнес-показатели: Система измерений эффективности как важный элемент менеджмента*: пер. с англ. Дн-ск: Баланс Бизнес Букс, 2004. 312 с.

References

1. Vazhenina I.S. *The image and reputation of the organization: economic content, formation and evaluation*. *Marketing in Russia and abroad*. 2010. № 1. pp. 136-142. (in Russian)
2. Kolodka A.V. *Organizational and economic principles of industrial image management*: diss. ... cand. econ. sciences. Sumy, 2016. 207 p. (in Ukrainian)
3. Ponomarenko V.S., Yastremska O.O. *Enterprise Image*

Management: monograph. Kharkiv: Kharkiv National Economic University, 2012. 240 p. (in Ukrainian)

4. Shkardun V.D., Ahtyamov T.M. *Assessment and formation of a corporate image of the enterprise. Marketing in Russia and abroad. 2001. № 3. pp. 68–77. (in Russian)*

5. *Accounting Standard (Standard) № 8, Intangible Assets, approved by Order of the Ministry of Finance of Ukraine № 242 of October 18, 1999. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99> (in Ukrainian)*

6. Blinov A.O., Zaharov V.Ya. *The image of the organization as a factor of its competitiveness. 2003. № 4. pp. 35–44. (in Russian)*

7. Ksondz S.V., Yaskal I.V., Madei I.K. *Conceptual approaches to quantifying the image of the enterprise. An efficient economy. 2013. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1894> (in Ukrainian)*

8. Fedorova V.A. *Definition of a generalized image level of an enterprise. Problems and prospects of entrepreneurship development: Collection of scientific works of Kharkiv National Automobile and Road University. Kharkiv: Kharkiv National*

Automobile and Road University. 2016. № 3 (14). Vol. 1. pp. 92–97. (in Russian)

9. *Methods of integral evaluation of investment attractiveness of enterprises and organizations: Approved by Bankruptcy Prevention Agency Order No. 22 of 11/23/1998 State Privatization Bulletin. 1998. № 7. pp. 18-28. (in Ukrainian)*

10. Khaustova V.Ye., Kurochkina I.H. *Estimation of business entities' business value (on the example of metallurgical industry of Ukraine): monograph. Kharkiv: Publisher «INZhEK», 2009. 268 p. (in Ukrainian)*

11. *Information of Limited Liability Company «DMZ Kominmet». URL: http://dmzkominmet.com.ua/?page_id=2 (in Ukrainian)*

12. Bakankova E.M. *Implementation of a value-oriented approach to image management of a service industry enterprise: diss. ... cand. econ. sciences. Tolyatti, 2013. 165 p. (in Russian)*

13. Felps B. *Smart Business Metrics: Measure What Really Counts and Manage What Makes the Difference. Dn-sk: Balans Biznes Buks, 2004. 312 p. (in Russian)*