

4. Ширяпа О.Є. Удосконалення методики прогнозування прибутку підприємств. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. - № 6 (37).- С. 12-15.

5. Турило А.М., Зінченко О.А. Теоретико-методологічні підходи до визначення прибутку підприємства як фінансової категорії. //Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №3 (81). – С. 109-112.

6. Свіщов М.В., Бойко С.А. Вибір промисловим підприємством методу планування прибутку. // Вісник КНУТД. – 2008. - №3. – С. 116-122.

Надійшла 12.07.2010

УДК 658.331

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ГРАФОАНАЛІТИЧНИМ МЕТОДОМ

В. І. ДИБЛЕНКО, О.О. ШЕВЧЕНКО, О.Г. ШПИЧАК

Київський національний університет технологій та дизайну

У статті розглянуто сутність поняття «потенціал підприємства», оцінку потенціалу промислового підприємства із використанням графоаналітичного методу

Графоаналітичний метод оцінки і діагностики потенціалу підприємства дає можливість системно встановити кількісні та якісні зв'язки між окремими елементами потенціалу, рівень розвитку та конкурентоспроможності як окремих складових, так і потенціалу підприємства в цілому. На підставі цього обґрунтовувати та своєчасно реалізовувати управлінські рішення щодо підвищення ефективності функціонування підприємства.

Постановка завдання

Мета статті полягає в проведенні аналізу ефективності оцінювання потенціалу промислового підприємства графоаналітичним методом, виявленні основних складових і показників оцінки потенціалу підприємства.

Результати та їх обговорення

Потенціал промислового підприємства представляє собою здатність підприємства як складної, динамічної економічної системи трансформувати вхідні ресурси в економічні блага.

Потенціал підприємства має певні закономірності розвитку, перспективні цілі та обґрунтовані раціональні стратегії їх досягнення.

Для оцінки потенціалу промислового підприємства потрібна структурна модель всеосяжної системи показників.

Графоаналітична модель потенціалу, призначена для проведення діагностики можливостей підприємства за всіма напрямками діяльності підприємства і розкриває діалектику його потенціалу.

Графоаналітичні моделі результатів і дозволяють швидко отримати інформацію щодо проблемних елементів потенціалу і мають перевагу в наочності. Але зі збільшенням кількості факторів впливу на формування та розвиток потенціалу побудова таких моделей ускладнюється. Діагностику

потенціалу підприємства доцільно проводити методом порівняльної комплексної рейтингової оцінки за допомогою системних показників за такими функціональними блоками:

- I. Виробництво, розподіл та збут продукції (необхідно проаналізувати обсяг, структуру, темпи виробництва, місцезнаходження і екологію виробництва, наявність інфраструктури, стан продажу, фонди виробництва, зокрема рівень використання обладнання тощо).
- II. Організаційна структура та менеджмент (розглядається кількісний і якісний склад робітників, культура організації, рівень менеджменту тощо).
- III. Маркетинг (дослідження продукту, ринків, каналів збуту, комунікаційних зв'язків, інформації та реклами, інновацій, маркетингових планів і програм тощо).
- IV. Фінанси (потребує аналізу фінансового стану підприємства за допомогою коефіцієнтів рентабельності, ефективності, ділової активності, ринкової стійкості, ліквідності).

Перелік показників повинен задовольняти такі вимоги: якнайповніше охоплення усіх сторін виробничо-господарської, фінансової та інших видів діяльності підприємства; простота збирання показників; брак дублювання показників.

В основу розрахунків кінцевої рейтингової оцінки покладається порівнювання підприємств за кожним показником з чотирьох названих функціональних блоків з умовним еталонним підприємством або з реальним підприємством, що має найліпші результати на ринку. Таким чином, базою для рейтингової оцінки стану та рівня використання підприємницького потенціалу є не суб'єктивні думки експертів, притаманні більшості інших методик оцінювання, а найвищі результати, досягнуті в реальній конкурентній боротьбі.

Цей підхід відповідає практиці ринкової конкуренції, де кожний самостійний товаровиробник намагається за всіма показниками діяльності бути ліпшим за свого конкурента.

В роботі проведено дослідження потенціалу підприємств: ВАТ «Софія», ЗАТ «Киянка», ВАТ «Кременчуцької трикотажної фабрики» (ВАТ «КТФ») з використанням графоаналітичного методу.

Функціонування підприємств в умовах ринку та високої конкуренції обумовлює необхідність оцінювання потенціалу порівняно з підприємствами - конкурентами. Таку оцінку можна здійснювати на основі графоаналітичної моделі, яка зображена графічно по кожному з підприємств, його застосування дало можливість системно встановити кількісні та якісні зв'язки між окремими показниками підприємства.

Таким чином, базою для рейтингової оцінки потенціалу підприємств є не суб'єктивні думки експертів, а найвищі результати, що їх досягнуто в результаті конкурентної боротьби.

Цей підхід відображає практиці ринкової конкуренції, де кожне самостійне підприємство намагається щодо показників оцінки потенціалу по всім напрямках діяльності бути ліпшим за свого конкурента, що дозволить йому мати достатньо високий рівень конкурентоспроможності.

Для кожного з досліджуваних підприємств по кожному блоку була здійснена сума місць (P_j), отримана у процесі ранжування, та здійснена трансформація отриманої в ході ранжування суми місць (P_j) у довжину вектора, що створює чотирикутник оцінки потенціалу по кожному з підприємств, які представлені графічно.

Сума місць за результатами ранжування по кожному з підприємств визначається за формулою:

$$P_j = \sum_{i=1}^n a_{ij} * K_{ci};$$

де P_j – сума місць за результатами ранжування; a_{ij} – місце, зайняте підприємством за результатами ранжування; K_{ci} – коефіцієнт чутливості; $i = 1 - n$ – кількість показників оцінки; $j = 1 - m$ – кількість підприємств.

Результати розрахунку приведені в таблиці 5.

Таблиця 5. Результати ранжування показників

Показники	ЗАТ «Киянка»	ВАТ «Софія»	ВАТ «КТФ»
Виробництво, розподіл та збут продукції	17,5	12,7	11,5
Організаційна структура і менеджмент	14,95	11,2	10,75
Маркетинг	11,6	13,05	10,45
Фінанси	18,60	17,35	17,6

Довжина векторів визначається за формулою:

$$V_k = 100 - (P_j - \sum K_{ci}) * 100 / \sum K_{ci} (m - 1)$$

Результати розрахунку приведені у таблиці 6.

Таблиця 6. Результати розрахунку довжини векторів

Показники	Довжина вектора		
	ЗАТ «Киянка»	ВАТ «Софія»	ВАТ «КТФ»
виробництво, розподіл та збут продукції	26	58	67,87
організаційна структура і менеджмент	28	56,68	60,43
маркетинг	52	41,27	62,93
фінанси	55	63,25	62

Графоаналітичні моделі потенціалів підприємств представлені на рисунках 1, 2, 3.

Виробництво, розподіл та збут продукції

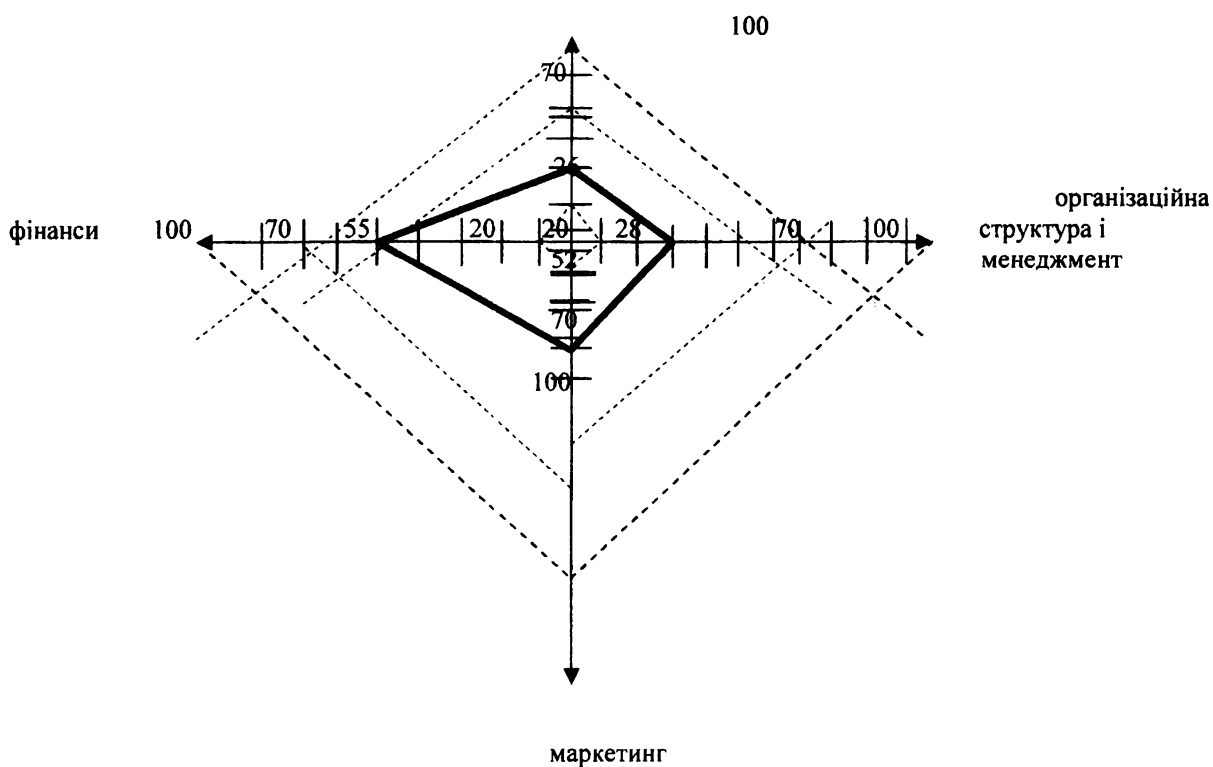


Рис. 1. Квадрат потенціалу ЗАТ «Киянка»

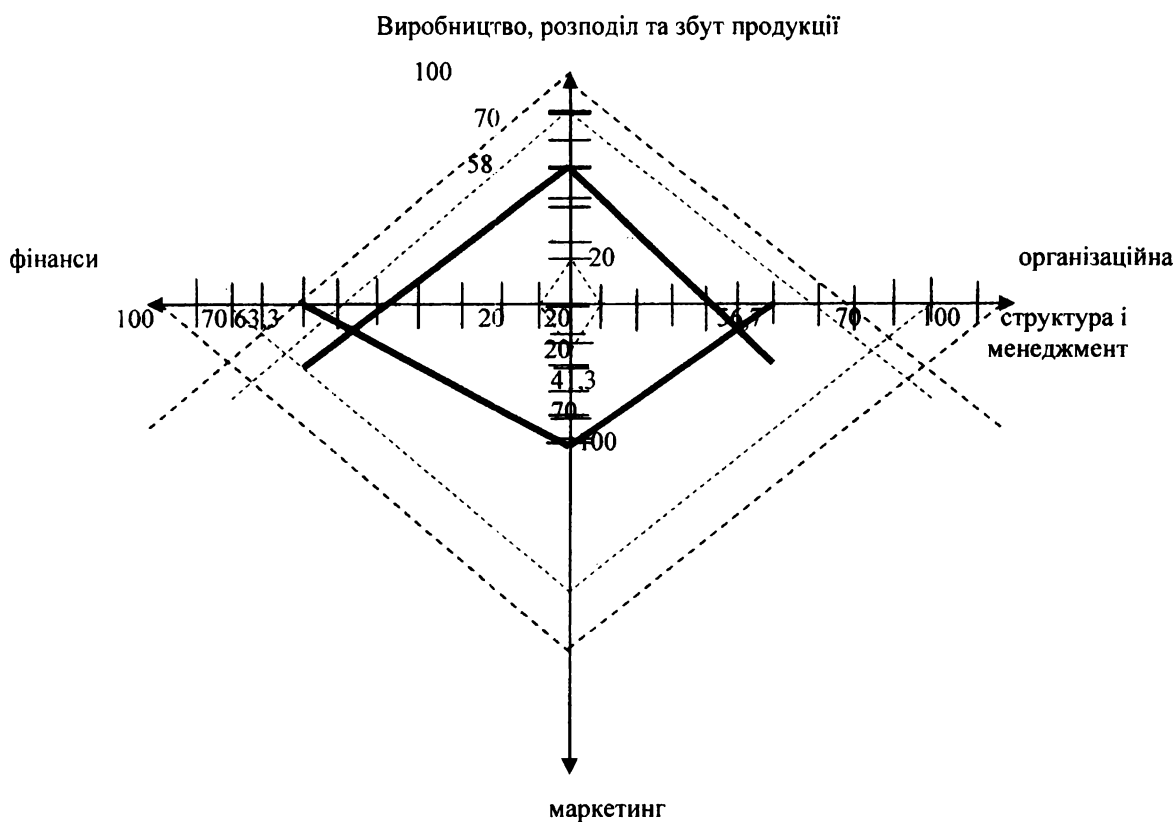


Рис. 2. Квадрат потенціалу ВАТ «Софія»

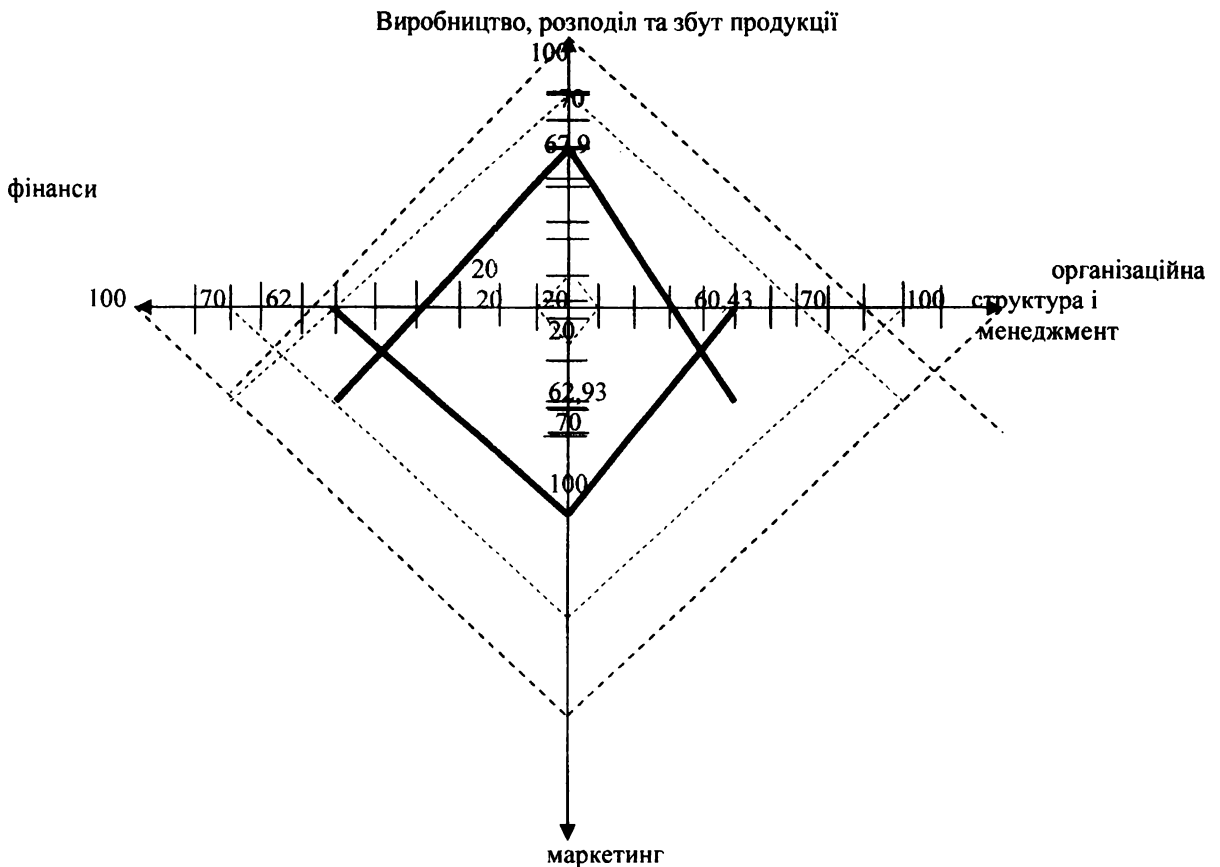


Рис. 3. Квадрат потенціалу ВАТ «КТФ»

Побудовані графоаналітичні моделі оцінки потенціалів підприємств дозволяють зробити висновок про те, що на досліджуваних підприємствах є помітною дисгармонія векторів, а самі чотирикутники мають неправильну форму та достатньо далеко розташовані від контурів. При цьому - чим ближче вектори розташовані до зовнішнього контуру, тим оцінка потенціалу вища. Зовнішній контур чотирикутника окреслює можливості підприємства щодо досягнення оптимальних параметрів значень показників оцінки потенціалу підприємства.

Висновки

Графоаналітичний метод оцінки потенціалу підприємства дає змогу визначити фактично використаний потенціал підприємства, тобто міру розвитку та необхідний потенціал, щоб стати лідером. Враховуючи, що підприємство діє в конкурентних умовах господарювання, запропонований графоаналітичний метод оцінювання дає можливість системно встановити кількісні та якісні зв'язки між окремими показниками, рівень їх динаміки та конкурентоспроможності порівняно з іншими підприємствами й, таким чином, обґрунтувати та своєчасно реалізувати управлінські рішення щодо підвищення потенціалу як у цілому, так і за їх видами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352с.
2. Гавва В.Н., Божко Е.А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224с.
3. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка.: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

Надійшла 13.07.2010

УДК 330.46(075.8)

ЙМОВІРНІСТЬ БАНКРУТСТВА СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ ЗА УМОВИ ЇЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

С.О. ІЛЛІЧЕВСЬКИЙ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Дана стаття присвячена дослідженню і розробці актуарних моделей розрахунку ймовірності банкрутства страхової компанії за умови її інвестиційної діяльності. Новизна полягає у поєднанні страхової та інвестиційної діяльності компанії. Прикладом для побудови моделі послужили західноєвропейські страхові ринки

Вступ. Для формування конкурентного середовища в Україні необхідно розвивати всі галузі економіки і намагатися виходити на міжнародний рівень розвитку і добробуту.

Страхова сфера – одна з молодих галузей економіки України, яка зараз переживає стадію активної розбудови і становлення. У світовій практиці відоме широке проникнення страхування у всі галузі економіки. Наприклад, здійснення інвестиційної діяльності страховою компанією. Вивчення такого аспекту з точки зору актуарного математичного апарату може справити позитивний вплив на розвиток теорії і практики страхового ринку в Україні.

Об'єкти та методи дослідження

Вагомий вклад у дослідження теоретико-методологічних та організаційно-правових основ страхової та інвестиційної діяльності внесли такі вчені, як М.М. Александрова, Т.Г. Александрова, Т.М. Артюх, В.Д. Базилевич, О.І. Барановський, Н.Н. Внукова, К.Г. Воблий, О.О. Гаманкова, О.А. Гвозденко, Л.М. Горбач, С.Л. Єфімов, О.М. Залетов, О.Д. Заруба, М.С. Клапків, Є.В. Коломін, В. Кругляк, О.Б. Крутик, М.В. Мних, Л.А. Орланюк-Маліцька, С.С. Осадець, Л.І. Рейтман, О.О. Слюсаренко, К.Є. Турбіна, В.В. Шахов, Р.Т. Юлдашев, Л.А. Юрченко, Т.О. Яковлева та ін.

Об'єкт дослідження – ринок інвестиційно-страхових послуг України в період економічного розвитку, становлення ринкових відносин, міжнародної інтеграції України. Предмет дослідження – дослідження діяльності страхової компанії на українському страховому ринку.