

Оптимізація бізнес-процесів в електронній комерції досягається за рахунок використання численних систем, що підтримують управління різними аспектами діяльності електронного магазину. Основними є ERP-системи, системи планування ресурсів підприємства. Це системи, які підтримують управління компанією, оптимізуючи використання її ресурсів і всіх процесів, що відбуваються в ній. Вони складаються з незалежних додатків і описуються як інтегровані IT-системи. Приклади модулів подібних систем [3]: складське господарство, фінанси та бухгалтерія, людські ресурси та фонд оплати праці, контроль виробництва, закупівлі, відстеження поставок.

В цілому ж практика організації бізнес-процесів зосереджена на таких напрямках управлінського впливу з метою підвищення її ефективності, сталості та продуктивності: удосконалення взаємовідносин з постачальниками; автоматизація та оптимізація внутрішніх процесів, пов'язаних з електронною комерцією; покращення клієнтського досвіду; оптимізація процесів повернення та скасування замовлень; інтеграція штучного інтелекту.

Література

1. Обловацька Н. П., Жигалкевич Ж. М. *Інтернет-комунікації – основа маркетингової діяльності підприємства*. Сучасні підходи до управління підприємством. 2018. № 3. URL: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/142607> (дата звернення: 19.04.2021).

2. Ковтун Т. Д., Матвієнко А. П. *Сучасний стан і перспективи розвитку світового та вітчизняного ринків електронної комерції*. Бізнес Інформ. 2020. № 4. С. 295–303.

3. Юдін О. М., Макарова М. В., Лавренюк Р. М. *Системи електронної комерції : створення, просування і розвиток*. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 201 с.

УДК 334.012.64:657.6

Чернишова Людмила Вікторівна

*к. е. н., доцент кафедри економічного аналізу,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РІВНІ РЕГІОНУ

JEL classification: L260; M420

Мале підприємництво є рушійною силою економіки багатьох держав всвіту. В Україні у 2018 р. малі та середні підприємства (МСП) становили 99,8% всіх підприємств у бізнес-секторі, при цьому 96% з них належали до категорії мікропідприємств, на МСП припадало 63% всіх робочих місць, створених бізнесом, і 49% доданої вартості у бізнес-секторі [1, с. 10].

Починаючи з 2016 р., Україна вжила значних важливих заходів, спрямованих на покращення середовища для розвитку малих та середніх підприємств [1, с. 10]. Зокрема, у травні 2017 р. Кабінет Міністрів затвердив першу в Україні Стратегію розвитку малого і середнього підприємництва на період до 2020 р. У 2018 р. при Міністерстві розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства (МРЕТС) України був створений Офіс розвитку малого і середнього підприємництва з повноваженнями сприяти МРЕТС в реалізації Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва.

Увага до розвитку МСП зростає у зв'язку з великими збитками, які мале та середнє підприємництво зазнало від запровадження карантину внаслідок COVID-19. Так, за даними Спілки українських підприємців України [2], у кризовий березень 2020 року збанкрутіли і закрили свій бізнес приблизно 6% суб'єктів малого підприємництва, що є величезною проблемою для держави. Третина власників бізнесу (переважно мікробізнесу), заявили про падіння доходів на 90-100% за березень-квітень 2020 року. Ці ж підприємці тоді звільнили до 50% штату співробітників. Власники малого та середнього бізнесу у той час констатували зменшення доходів на 25-50% порівняно з докарантинним періодом і вже звільнили від 10 до 25% працівників.

Важливим напрямком оцінки діяльності МСП на регіональному рівні є розробка та використання комплексу аналітичних прийомів, які мають базуватися на:

- системному підході до управління діяльністю малого підприємства;

- універсальних оцінних критеріях, що дозволяли б адекватно керувати стратегічними процесами;
- комплексній системі аналітичних індикаторів, що побудовані на універсальних критеріях оцінки.

Ключовим етапом загального аналізу діяльності малого підприємства є аналіз фінансового стану. Саме він є основою для розуміння реального стану підприємства й ідентифікації ризиків, які йому загрожують. Такий підхід дозволяє об'єктивно оцінити результати роботи й визначити вплив факторів на основні показники господарської діяльності [3, с. 174].

Вищезазначене справедливо, якщо аналіз зроблений якісно. Але на переважній більшості малих підприємств цей аналіз найчастіше зводиться до написання пояснювальної записки, що входить до складу річної фінансової звітності. Не краще складається ситуація й у ході аудиторських перевірок. Хоча стандарти аудиту прямо вказують на необхідність проведення такого аналізу в рамках аудиторської перевірки, аудитори вкрай рідко роблять що-небудь подібне. Керівництво підприємства не підозрює, що фінансовий аналіз має бути обов'язково представлений в аудиторському звіті, і, відповідно, не висуває з приводу його відсутності ніяких вимог.

У підсумку, на сьогоднішній день більшість керівників підприємств не бачить у фінансовому аналізі ніякої користі й ставляться до нього досить скептично. Вважається, що цей аналіз є математичною справою, не має нічого спільного з реальністю і є компіляцією положень зарубіжної економічної теорії.

З огляду на цю особливість «національного фінансового аналізу», нами застосовано традиційну методику аналізу фінансового стану, результати якої на наступному етапі були використані для рейтингової оцінки підприємства малого бізнесу.

Рейтингове оцінювання широко застосовують для визначення місця, яке посідає підприємство, банк, страхове товариство серед інших за результатами функціонування. Принципова відмінність цієї методики полягає в тому, що рейтинг розглядається як елемент конкуренції. У такий спосіб виключається застосування «систем відсічень» малорентабельних підприємств малого бізнесу.

Використання рейтингу дозволяє об'єктивно поставитися до малого підприємства як в оцінці, так і в стимулюванні його діяльності, а комерційним банкам – більш обґрунтовано підійти до видачі кредитів, визначення надійності в забезпеченні кредиту й деякою мірою гарантувати повернення позикових коштів банку в обумовлений договором строк. Таким чином, рейтинг істотно підвищує наявний у країні методичний рівень оцінки стану позичальника [4, с. 312].

Щоб мале підприємство могло розробити вигідну для себе інвестиційну політику, воно повинно мати інформацію про свій рейтинг, який визначає його положення на споживчому ринку. Без такої інформації неможливо запобігти кризовим ситуаціям і численним банкрутствам.

Рейтинг розраховується за системою показників, які варто розглядати за два-три роки. Загальний рейтинг малого підприємства складається як сума балів. За ступенем значущості та впливу на перспективи розвитку і надійність малого підприємства всі показники, по яких визначається рейтинг, поділяються на три класи. Найкращі (оптимальні) значення показників представлені в першому класі; найбільш реальні в сучасних умовах – в другому, найгірші – у третьому.

При визначенні рейтингу можливі наступні випадки [5, с. 95]:

- всі фактичні значення показників перебувають у межах першого класу;
- близько 50% значень показників перебувають у першому класі, а інші – у другому;
- 90% значень показників перебувають у другому класі;
- більша частина значень показників належить до третього класу (більше 70%).

При цьому задається наступна оцінка в балах: кожний показник у першому класі оцінюється в 3 бали, у другому – в 2 бали, у третьому – 1 бал.

Критерієм високого рейтингу є максимальна сума балів за всіма показниками.

Щоб урахувати розходження в сполученнях показників рейтингу по малому підприємству, у класифікації його по рейтингу передбачені п'ять класів, що дозволить більш правильно оцінити якісні характеристики малого підприємства.

Для більш повного використання положень цієї методики на практиці необхідно враховувати особливості малих підприємств по галузях. Мова йдеться про відділення галузей матеріального виробництва від галузей, зайнятих комерційною діяльністю. Необхідно відзначити, що процес диверсифікованості дещо змінює вигляд підприємств, тому що відбувається

розширення об'єктів їх діяльності, концентрація виробництва на міжгалузевому рівні. Цей фактор варто врахувати при встановленні рейтингу в промисловості, будівництві, торгівлі та інших галузях.

Рейтинг визначається за системою показників, що включає три групи показників-індикаторів, що характеризують ділову активність, економічний потенціал, фінансову стабільність і платоспроможність.

Якщо кількість набраних балів відповідає третьому класу рейтингу, у фінансовому стані підприємства є ознаки напруженості, ризику, кредитоспроможність обмежена, можлива видача кредитів під надійне забезпечення. Якщо ж комплексне оцінювання діяльності малого підприємства показало, що найбільш «вузьким» місцем є його ділова активність, то причиною цього може бути діюча політика ціноутворення, ігнорування висновків маркетингових результатів, що потребує прискіпливої роботи з собівартістю.

Запропонована методика, по-перше, дає змогу за необхідності приймати оперативні та стратегічні рішення з уточнення чи перегляду дій, що сприятимуть підвищенню ефективності функціонування малих підприємств; по-друге, встановлення розходження та зміни, що відбуваються на малих підприємствах, дуже важливі в період їх становлення і розвитку; по-третє, оцінка ділової активності й потенційних можливостей знаходить застосування при стратегічному плануванні малого бізнесу і формуванні інвестиційної політики на рівні регіону.

Література

1. *Індекс політики у сфері МСП. Країни Східного партнерства 2020. Оцінка стану реалізації Акту про малий бізнес для Європи.* European Union, Brussels : OECD Publishing, Paris, 2020. 58 с. URL: https://sme.gov.ua/wp-content/uploads/2020/07/3_SME_Policy_Index_Eastern_Partnership_countries_2020_Ukrain.pdf (дата звернення: 10.03.2021).
2. Мироненко-Шульган О. *Малий бізнес в умовах пандемії COVID-19 : правове регулювання фінансової підтримки державою* / Національна асоціація адвокатів України : сайт. 19.08.2020. URL: <https://unba.org.ua/publications/5792-malij-biznes-v-umovah-pandemii-covid-19-pravove-regulyuvannya-finansovoi-pidtrimki-derzhavoyu.html> (дата звернення: 10.03.2021).
3. Волкова Н. А. *Сучасні тенденції аналізу фінансового стану підприємств.* Economy and Society : modern foundation for human development : Proceeding of International Scientific Conference. Leipzig, Germany. 2016. Vol. 1. Pp. 173–174.
4. Волкова Н. А., Волчек Р. М., Гайдаєнко О. М., Л. В. Чернишова Л. В. *Аналітичне оцінювання конкурентоспроможності економічного потенціалу підприємства.* Аналітичні методи дослідження конкурентоздатності суб'єктів господарювання : монографія. Одеса : ОНЕУ, Кримполіграфпапір, 2017. 400 с.
5. Волкова Н. А., Волчек Р. М., Гайдаєнко О. М. *Теоретико-методичні засади дослідження бізнес-процесів у підприємстві* : монографія. Одеса : ППЦ «Белка». 2019. 169 с.

УДК 332.834.3:338.314

Шевчук Ніна Сергіївна

*к. е. н., доцент кафедри економічного аналізу,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПРИБУТКОВОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

JEL classification: L740; O470

Аналіз тенденцій розвитку вітчизняної будівельної галузі в умовах динамічних змін зовнішнього середовища актуалізує необхідність розробки стратегічних завдань у напрямку забезпечення позитивних фінансових результатів підприємств цього сектору. За даними Державної служби статистики України [1] динаміка обсягів продукції підприємств будівельної галузі та чистого фінансового результату діяльності будівельних підприємств України за період 2011–2018 рр. має переважно негативний чистий фінансовий результат. Так, отримання чистого збитку спостерігається не лише в періоди скорочення обсягів виробництва будівельної продукції,