

2. Маркс, К. Капитал [Текст] : в 3-х т. / Карл Маркс. – М. : Политиздат. – Т.1. – 1983. – 900 с.
3. Баліцька, В. В. Борги підприємств України: проблеми не розв'язуються [Текст] / В. В. Баліцька // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №2(80). – С. 48–59.
4. Соколов, Я. В. История бухгалтерского учета [Текст] / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 271с.
5. Корецкий, С. И. Краткое руководство по бухгалтерии [Текст] / С. И. Корецкий. – М., 1925. – 82 с.
6. Договір у цивільному і трудовому праві [Текст] : довідник. – К. : Юридична книга. – 2000. – Ч. 1. – 344 с.
7. Цивільне право [Текст] : навч. посібник для студентів юрид. вузів та факультетів – К. : Вентурі, – 1996. – 406 с.
8. Стоун, Д. Бухгалтерский учет и финансовый анализ [Текст] : подготовительный курс / Д. Стоун, К. Хитчинг. – М. : Сирин, 1998. – 280 с.
9. Ernst & Young. Применение МСФО 2009 [Текст]: в 3-х частях. – 4-е изд., пер. и доп. – International GAAP ® 2009. – М. : Альпина Паблишерз, 2009. – 3220 с.
10. Костирко, Р. О. Фінансовий аналіз [Текст] : навч. посібник / Р. О. Костирко. – Х. : Фактор, 2007. – 784 с.
11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» [Текст] : [затв. Міністерством фінансів України від 08.10.99 р. № 237] // Бухгалтерія. – 2001. – № 52/2 (467). – С. 55-56.
12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання» [Текст] : [затверджено Міністерством фінансів України від 08.10.99 р. № 237] // Бухгалтерія. – 2001. – № 53/3 (468). – С. 53–54.
13. Van Horn, J. C. Financial Management and Policy [Text] / J. C. Van Horn. – Prentice Hall, 1995. – 556 p.
14. Ковалев, В. В. Управление активами фирмы [Текст] / В. В. Ковалев. – М. : Велби : Проспект, 2007. – 392 с.
15. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия [Текст]. В 4 т. / А. М. Румянцев. – М. : Советская Энциклопедия, 1980. – Т.4. – 672 с.

Отримано 01.10.2010. ХДУХТ, Харків.

© Н.О. Власова, Л.Л. Носач, 2010.

УДК 339.372.8

Г.І. Забродська, асист.

ІНТЕГРАЛЬНИЙ АНАЛІЗ УМОВ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО ФАКТОРА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Запропоновано методикау інтегрального аналізу умов формування людського фактора антикризового управління на підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

Предложена методика интегрального анализа условий формирования человеческого фактора антикризисного управления на предприятиях розничной торговли.

The method of integral analysis of terms of forming of human factor of anti-krisizisno management is offered in the enterprises of retail business.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Формування людського фактора є вкрай важко структурованим процесом і відповідно чітка формалізація цього процесу дуже проблематична і спонукає до застосування комплексного підходу щодо розробки методичного інструментарію аналізу умов формування в підприємствах роздрібно́ї торгівлі. Відповідно до зазначеного, розробка методики аналізу умов формування людського фактора антикризового управління в підприємствах роздрібно́ї торгівлі, яка дозволить не тільки виявляти та оцінювати негативні впливи, але й визначати систему конкретних заходів формування, є актуальним завданням і має практичну значущість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних науковців значний внесок у дослідження та способи застосування економіко-математичних, статистичних та експертних методів аналізу зробили В.Я. Коробов, В.Г. Воронкова, А.Г. Беліченко, О.М. Попов, В.Д. Немцов, Л.С. Довгань, А.Я. Кибанов, В.І. Паніоттов, В.С. Максименко, Н.М. Марченко, А.А. Епіфанов, С.Н. Козьменко, А.П. Міщенко та ін.

Разом з тим проблема інтегрального аналізу умов формування людського фактора антикризового управління в підприємствах роздрібно́ї торгівлі не знайшла належного відображення в літературі та потребує розвитку.

Мета та завдання статті. Метою статті є розробка методики аналізу умов формування людського фактора антикризового управління в підприємствах роздрібно́ї торгівлі. Для досягнення мети необхідно виконання наступних завдань: визначення системи формування людського фактора антикризового управління та її апробація на прикладі конкурентної групи підприємств роздрібно́ї торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виходячи з сутності поняття «людський фактор підприємства» [1-3] проведення інтегрального аналізу внутрішніх умов формування людського фактора в підприємствах роздрібно́ї торгівлі та інтерпретація отриманих результатів потребує дослідження показників, що відображають:

1) особисті дані людських ресурсів, що втілюються у стані та динаміці вікових, освітніх, кваліфікаційних та інших характеристиках працівників певного підприємства роздрібної торгівлі.

2) показники людського потенціалу та людського розвитку, а саме динаміки компетенцій працівників (нові знання, досвід, нові навички), які змінилися за період, що аналізувався.

3) показники людського капіталу, а саме динаміки капіталовкладень в людські ресурси з метою накопичення людського потенціалу та забезпечення людського розвитку;

4) результати праці, які втілюються у динаміці основних показників результативності здійснення торговельної діяльності (товарооборот, прибуток тощо), а саме результати використання людських ресурсів, людського потенціалу, людського розвитку та ефективності людського капіталу.

Необхідно підкреслити, що у даній системі показники першої, третьої та четвертої групи мають кількісну оцінку, а другої – разом з кількісною якісну, що потребує застосування різних методів оцінки, які ураховують як об'єктивні числові характеристики, так й суб'єктивні психологічні.

Для вирішення даної проблеми автором пропонується на підставі розрахованих часткових показників сформувати інтегральний показник формування кожної складової людського фактора в підприємствах роздрібної торгівлі і уже на їхній підставі обґрунтовувати висновки щодо динаміки умов формування людського фактора у цілому.

Інтегральний аналіз формування людського фактора згідно із запропонованою процедурою проводиться з використанням математико-статистичних методів для виміру кількісних показників і методу експертної оцінки для виміру якісних показників. Для розрахунку загального інтегрального показника пропонуємо використати локальні інтегральні показники, які відображають структурні елементи людського фактора підприємства та результатів праці (рис. 1). Розрахунок комплексного інтегрального показника формування людського фактора K_1 за 2006-2009 рр. наведено в табл. 1, де «В» відображає високий рівень формування, «С» – середній, «Н» – низький.

Аналіз показав, що на підприємствах №1 і №2 не зважаючи на підвищення рейтингу в 2007 році до високого, в 2008-2009 рр. пройшло зниження до середнього рівня 2006 р. У підприємстві №3 в 2006-2008 роках рейтинг був високим, а в 2009 р. знизився до середнього рівня, а в підприємстві №4 таке зниження пройшло вже в 2007 р. Така ж тенденція спостерігається в підприємствах №5 і №7, але тут знижен-

ня пройшло з середнього рівня на низький. У підприємстві №6 стабільно середній рейтинг, а в підприємстві №8 – низький.

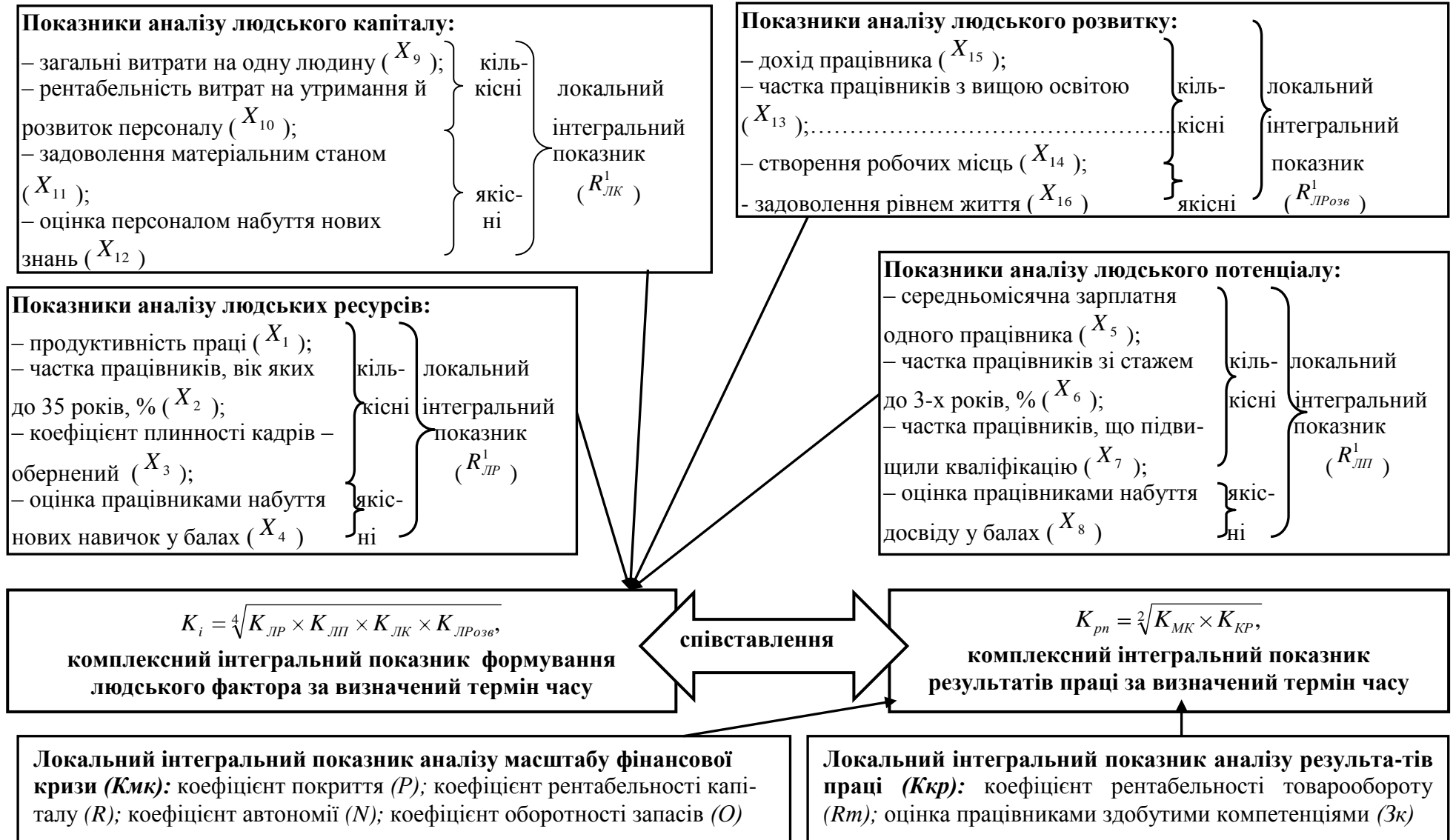


Рисунок 1 – Система інтегрального аналізу формування людського фактора на підприємствах роздрібної торгівлі

Таблиця 1 – Інтегральний показник (рейтинг) умов формування людського фактора на підприємствах роздрібно́ї торгівлі

Підприємство	Інтегральний показник (K_I)				Рейтинг			
	Рік				Рік			
	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
1	1,37	1,47	1,28	1,30	С	В	С	С
2	1,25	1,48	1,39	1,35	С	В	С	С.
3	1,58	1,50	1,49	1,35	В	В	В	С
4	1,63	1,14	1,25	1,37	В	С	С	С
5	1,08	1,04	0,79	0,68	С	С	Н	Н
6	1,30	1,29	1,20	1,15	С	С	С	С
7	1,03	0,81	0,85	0,79	С	Н	Н	Н
8	0,94	0,77	0,87	0,81	Н	Н	Н	Н

Таким чином, розраховані значення інтегрального показника (рейтингу) умов формування людського фактора в підприємствах роздрібно́ї торгівлі дозволяють сформулювати наступні висновки:

- у цілому динаміка більшості розглянутих показників свідчить про деяке погіршення умов формування людського фактора в підприємствах роздрібно́ї торгівлі;

- доцільно застосовувати методику інтегральної оцінки для аналізу динаміки умов формування людського фактора в підприємствах роздрібно́ї торгівлі, тому що це надає інформацію не тільки про рейтинг людського фактора у конкурентній групі, а й для самоаналізу підприємства за часовими інтервалами;

- використання локальних інтегральних показників у складі загального інтегрального показника, а також складових у локальному інтегральному показнику дозволяє виявити резерви формування людського фактора в кожному конкретному підприємстві.

Процес формування людського фактора антикризового управління включає систему аналізу не тільки умов формування людського фактора, але й аналіз масштабу фінансової кризи та результатів праці, тому що це є основою розробки антикризових заходів будь-якого підприємства в ринковому середовищі.

Застосування інтегральної оцінки в процесі діагностики фінансового стану підприємств роздрібно́ї торгівлі дозволяє визначити масштаб кризи як на конкретну дату (у статичі), так й за декілька періодів (у динаміці) і порівнювати як за періодами, так і в конкурентній групі, а також надає необхідну інформацію під час формування людського фактора антикризового управління.

У цьому контексті не можна погодитися з обґрунтуванням Власової Н.О., Гросул В.А., Чирви Ю.С. обрання у якості показників якісної діагностики фінансової кризи підприємств роздрібною торгівлі таких індикаторів [4]:

- за критерієм платоспроможності (P) – коефіцієнта покриття;
- за критерієм ризику (N) – коефіцієнт автономії;
- за критерієм ефективності (R) – коефіцієнт рентабельності капіталу;
- за критерієм ділової активності (O) – коефіцієнт оборотності запасів.

Таблиця 2 – Рейтинг масштабу фінансової кризи та результатів праці в сукупності підприємств роздрібною торгівлі за 2006-2009 рр.

Підприємство	Інтегральний показник				Рейтинг масштабу фінансової кризи та результатів праці			
	Рік				Рік			
	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
1	0,93	1,50	1,15	1,81	В	Н	С	Н
2	1,10	1,04	1,06	1,11	С	С	С	С
3	0,72	1,04	0,34	0,94	В	С	В	В
4	1,34	1,02	0,46	1,09	С	С	В	С
5	1,55	1,39	0,80	1,31	Н	С	В	С
6	1,87	1,74	1,22	1,63	Н	Н	С	Н
7	1,82	1,45	0,98	1,40	Н	Н	В	Н
8	1,23	1,22	1,31	1,31	С	С	С	С

Результати рейтингової оцінки фінансової кризи в підприємствах роздрібною (табл. 2) довели, що:

- тільки підприємства №2 і №8 мають стабільно середній рівень масштабу кризи;
- у підприємствах №6 і №7 не зважаючи на коливання в 2008 р. зберігається низький рівень масштабу кризи, в підприємстві №4 – середній, а в підприємстві №3 – високий;
- в підприємстві №1 не зважаючи на коливання рівень фінансової кризи знижується, а в підприємстві №5 – зростає.

У межах процесу формування людського фактора антикризового управління результати аналізу умов формування дозволяють визначити спрямування заходів щодо досягнення антикризової стійкості в підприємствах роздрібною торгівлі. Інтегрування результатів аналізу

проводиться у вигляді матриці. Матриця будується на загальновідомих принципах двокоординатної площини:

- за строками (вертикаль) відбудовується три стани фінансової кризи, які «зверху-униз» відображають зниження рівня кризового стану в підприємстві роздрібної торгівлі;

- за колонками (горизонталь) відбудовуються три стани формування людського фактора, які «зліва-направо» відображають нарощування кількісних і якісних властивостей людського фактора;

- кожна клітинка (поле) відображає особливу комбінацію двох характеристик, що відповідає особливому стану підприємства.

Результати позиціонування наведені на рис. 2. Відзначимо, що для покращення сприйняття графічного відображення об'єктів позиціонування на полях матриці стану формування людського фактора антикризового управління здійснено тільки за початковий (2006 р.) й завершальний (2009 р.), щоб наочно відобразити динамічну спрямованість цих процесів за чотири роки.

Рейтинг стану людського фактора підприємств роздрібної торгівлі

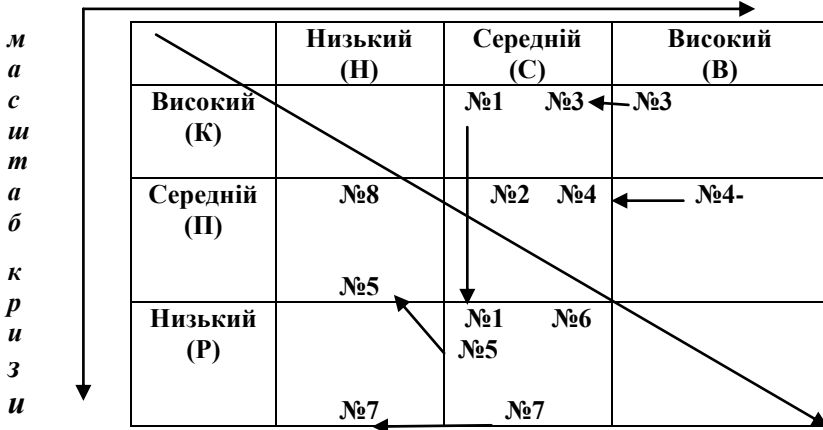


Рисунок 2 – Позиціонування підприємств роздрібної торгівлі на полях матриці умов формування людського фактора антикризового управління

Відповідно до результатів застосування матриці автором пропонується виділення дев'яти зон діагностики стану формування людського фактора антикризового управління, які можна охарактеризувати наступним чином:

- I зона (НК) – найгірше становище формування людського фактора в кризовому підприємстві;
- II зона (СК) – наявність резервів формування людського фактора в кризовому підприємстві;
- III зона (БК) – високий рівень формування людського фактора в кризовому підприємстві;
- IV зона (НП) – найгірше становище формування людського фактора в передкризовому підприємстві;
- V зона (СП) – наявність резервів формування людського фактора в передкризовому підприємстві;
- VI зона (ВП) – високий рівень формування людського фактора в передкризовому підприємстві;
- VII зона (НР) – найгірше становище формування людського фактора в фінансово стійкому підприємстві;
- VIII зона (СР) – наявність резервів формування людського фактора в фінансово стійкому підприємстві;
- IX зона (ВР) – високий рівень формування людського фактора в фінансово стійкому підприємстві.

Позиціонування підприємства в певній зоні (клітинці) дозволяє визначити спрямування заходів формування людського фактора антикризового управління в підприємствах роздрібно́ї торгівлі.

Висновки. Запропонована методика аналізу умов формування людського фактора антикризового управління в підприємствах роздрібно́ї торгівлі містить переваги, які полягають у наступному:

- системність та комплексність за рахунок поєднання показників, що характеризують як показники оцінки стану людського фактора, так й діагностики фінансової кризи;
- можливість на основі причинно-наслідкових зв'язків оцінити характер впливу окремих показників людських ресурсів, людського потенціалу, людського капіталу, людського розвитку й фінансового стану на формування людського фактора антикризового управління в підприємстві;
- можливість отримати наочне уявлення про спрямованість динамічності процесів формування людського фактора антикризового управління в підприємствах роздрібно́ї торгівлі;
- придатності для використання як на окремому підприємстві роздрібно́ї торгівлі та в конкурентній групі цих підприємств, так й в підприємствах інших галузей за умови обрання показників властивих цим галузям.

Незважаючи на певний суб'єктивізм обрання показників та розподілу порогових значень інтегральних рейтингів, запропонована методика оцінки стану формування «людського фактора» може використовуватися не лише як складова механізму формування «людського фактора» антикризового управління, але і самостійна методика виявлення недоліків існуючого «людського фактора» та попередження кризових явищ в підприємствах роздрібної торгівлі.

Список літератури

1. Забродська, Г. І. Людський фактор на підприємствах роздрібної торгівлі [Текст] / Г. І. Забродська // Схід. – 2010. – №1 (101). – С. 69–74.
2. Забродська, Г. І. Основи управління «людським фактором» в системі антикризового управління підприємства [Текст] / Г. І. Забродська // Вісник національного університету «Харківський політехнічний університет» : зб. наук. праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х., 2008. – № 50. – С. 41–49.
3. Забродська, Г. І. Наукові основи визначення механізму формування «людського фактора» антикризового управління підприємства роздрібної торгівлі [Текст] / Г. І. Забродська // Економіка: проблеми теорії та практики. — Дніпропетровськ, 2009. – Вип. 249 : в 6 т. – Т. 4. – С. 856–868.
4. Власова, Н. О. Діагностика фінансової кризи підприємств роздрібної торгівлі [Текст] : монографія / Н. О. Власова, В. А. Гросул, Ю. Є. Чирва. – Х. : ХДУХТ, 2007. – 209 с.

Отримано 01.10.2010. ХДУХТ, Харків.
© Г.І. Забродська, 2010.

УДК 65.012.12 : 339.1 : 005.332.4

Н.О. Сагалакова, канд. екон. наук (ПУЕТ, Полтава)

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДІАГНОСТИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто питання діагностики конкурентоспроможності підприємства торгівлі як однієї з основних задач управління маркетинговою діяльністю; запропоновано систему показників для діагностики конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств, представлено графічну модель для їх інтерпретації у вигляді «діагностичного трикутника конкурентоспроможності».

Рассмотрен вопрос диагностики конкурентоспособности предприятия торговли как одной из основных задач управления маркетинговой деятельностью; предложена система показателей для диагностики конкурентоспособ-